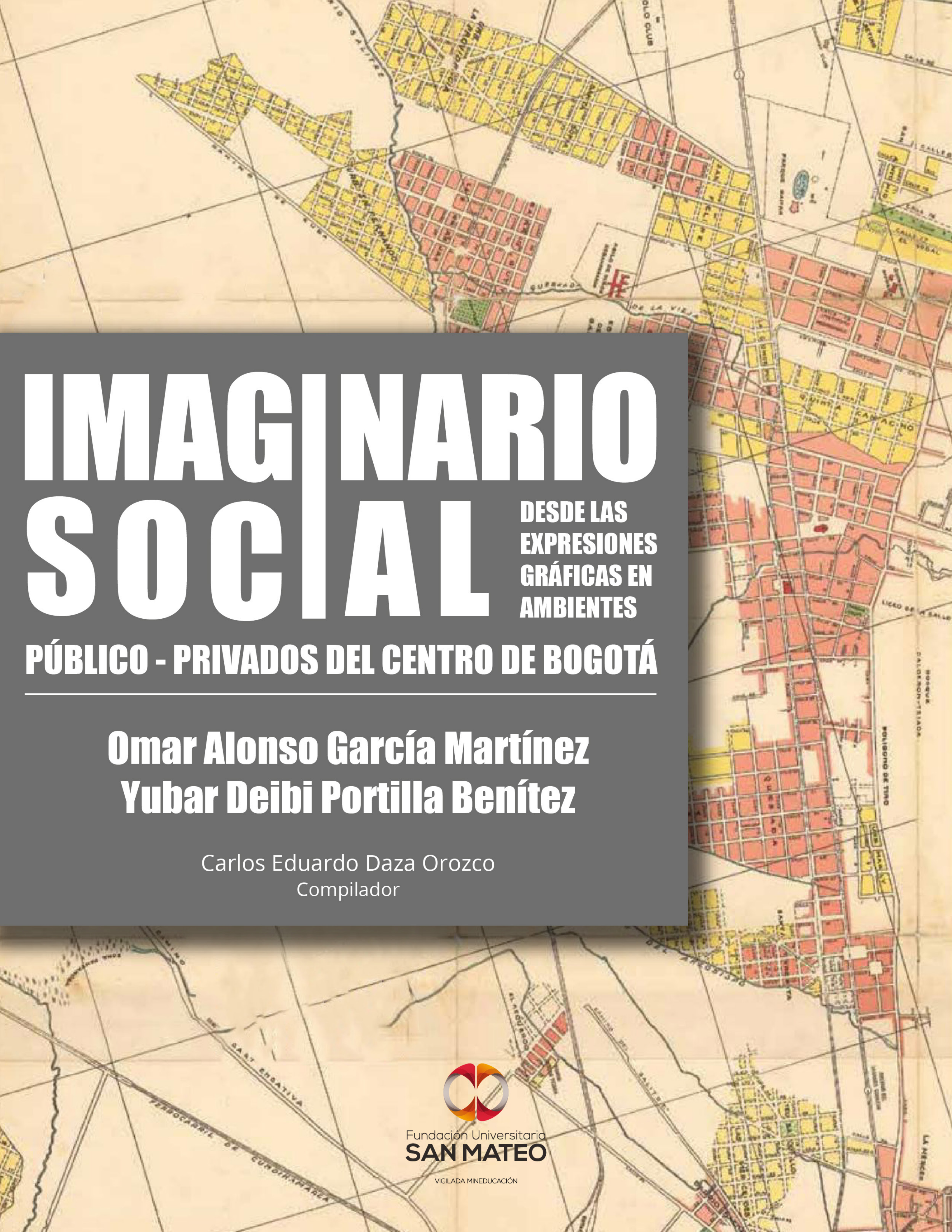


IMAGINARIO SOCIAL

DESDE LAS EXPRESIONES GRÁFICAS EN AMBIENTES PÚBLICO - PRIVADOS DEL CENTRO DE BOGOTÁ

Omar Alonso García Martínez
Yubar Deibi Portilla Benítez

Carlos Eduardo Daza Orozco
Compilador

Fundación Universitaria
SAN MATEO
VIGILADA MINEDUCACIÓN



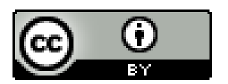


Imaginario social desde las expresiones gráficas en ambientes público-privados del centro de Bogotá

Omar Alonso García Martínez
Yubar Deibi Portilla Benítez

Carlos Eduardo Daza Orozco (comp.)

DAZA OROZCO, C. E., comp. GARCÍA MARTÍNEZ, O. A., PORTILLA BENÍTEZ, Y. D. *Imaginario social desde las expresiones gráficas en ambientes público-privados del centro de Bogotá* [online]. Bogotá: Editorial Fundación Universitaria San Mateo, 2019, 326 p. Libros resultado de investigación collection. ISBN: 978-958-56900-8-0. https://doi.org/10.7476/9786289558289.



IMAGINARIO SOCIAL

DESDE LAS EXPRESIONES GRÁFICAS EN AMBIENTES PÚBLICO - PRIVADOS DEL CENTRO DE BOGOTÁ

Omar Alonso García Martínez
Yubar Deibi Portilla Benítez

Carlos Eduardo Daza Orozco
Compilador

IMAGINARIO SOCIAL DESDE LAS EXPRESIONES GRÁFICAS EN AMBIENTES PÚBLICO - PRIVADOS DEL CENTRO DE BOGOTÁ

COLECCIÓN LIBROS RESULTADO DE INVESTIGACIÓN
Proyecto Institucional Gráfica Urbana

Este libro ha sido evaluador por pares ciegos, cumpliendo con los criterios de selectividad, temporalidad, normalidad y disponibilidad propuestos por MINCIENCIAS

Recepción: Marzo 2019
Evaluación de propuesta de obra: Mayo de 2019
Evaluación de contenidos: Julio de 2019
Aprobación: Octubre de 2019

IMAGINARIO SOCIAL

DESDE LAS EXPRESIONES GRÁFICAS EN AMBIENTES PÚBLICO - PRIVADOS DEL CENTRO DE BOGOTÁ

Omar Alonso García Martínez
Yubar Deibi Portilla Benítez

Carlos Eduardo Daza Orozco
Compilador



Editorial

EQUIPO EDITORIAL
Coordinación de publicaciones
Raúl Antonio Cera Ochoa
Corrección de estilo
Paula Cabezas García
Diagramación
Joan Yañez Barriga

García Martínez, Omar Alonso
Imaginario social desde las expresiones gráficas en ambientes público-privados del centro de Bogotá / Omar Alonso García Martínez, Yubar Deibi Portilla Benítez ; Carlos Eduardo Daza Orozco, compilador. -- Bogotá : Fundación Universitaria San Mateo, 2019.
327 p. ; 24x17 cm. (Colección libros resultado de investigación)

Incluye datos de los autores.

ISBN 978-958-56900-8-0

1. Cafés - Aspectos sociales - Bogotá 2. Cafés - Decoración y ornamentación - Bogotá I. Portilla Benítez, Yubar Deibi II. Daza Orozco, Carlos Eduardo, comp. III. Título IV. Serie

CDD: 647.9586148 ed. 23 CO-BoBN–

Grupo de investigación



Transversal 17 No 25-25
https://www.sanmateo.edu.co/editorial.html
Bogotá – Colombia

Octubre de 2019
Bogotá

Made in Colombia

ÍNDICE

PRÓLOGO

La configuración de los espacios como elementos de la reflexión gráfica

Si bien el desarrollo de la experiencia estética no es una novedad investigativa en la modernidad; es también un hecho, la existencia de brechas inconclusas en el abordaje de estudios que privilegian las cuestiones que convoca el diseño más allá de la morfología y la cromatología.

La pregunta por la producción gráfica per se, se dilucida en las necesidades representativas de la "transdisciplinariedad integral" que poco a poco amalgama el statu quo de la visualidad, la imagen y la mirada; que desde la obra de Benjamín (2003) en textos clásicos como La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica posibilita la reflexión, no sólo por la técnica, sino sobre las condiciones de la existencia del diseño a partir de las intersecciones y transposiciones que conforman la subjetividad vivida por los individuos en su experiencia estética. De aquí, que los autores del presente libro hayan buscado -de manera Lefebriana- el estudio de la apropiación y articulación del espacio con la vida social en claves antropológicas, sociológicas y semiológicas.

El texto completo que -a primera vista- tiende a ser baladí, sugiere una hoja de ruta perspicaz en torno al estudio del imaginario social de ambientes público-privados en el centro de Bogotá. Rememora, entre otros, a Auge (1992) y los conceptos de «espacio», «lugar» y «no-lugares», así como la tipificación ideal propuesta por Jameson (2002) acerca de la mirada «colonial», «burocrática» y «posmoderna» desde la evidencia discursiva encontrada en el trabajo de campo realizado por el equipo de investigación.

Por ello, el primer capitulo describe la experiencia estética encontrada en la Cervecería Luna Park. Es un escenario antropológico y sociológico que, desde mediados de la década de los sesenta, concibe dinámicas peregrinas del colombiano sugeridas en la contemplación de piezas religiosas que

delinean el imaginario axiológico nacional, a la vez que se amalgama el fetichismo visual que producen viejas marcas de acontecimientos deportivos y uno que otro subliminal propio asociado a "marcas" comerciales.

En el segundo capitulo se presenta el Bar Doña Ceci, "un espacio de memorias pasajeras", en donde se marca el anonimato como desencadenante discursivo, y fuente de creación artística en la «liquidez» del tiempo de sus visitantes. El elemento de reflexión incuestionable en este lugar es lo efímero en torno a "la poética del espacio" propuesta por Bachelard (2000).

El popular Café Pasaje se toma el tercer capitulo para la construcción social de la memoria propuesta por Halbwachs (2004) como un hito capitalino de la supervivencia de las imágenes resilientes a los procesos históricos de una capital latinoamericana marcada por las luchas de dominación capitalista, de género, ideológicas y hasta bélicas.

Para cerrar, el cuarto capítulo aborda cuestiones acerca de lo "íntimo" y lo "privado"; en relación con las artes visuales; la soledad en medio de la multitud. Además, la creación de analogías a partir de obras como las de Edward Hopper, Antonio López y Marcel Duchamp, que resaltan la solemnidad y la noción de "hábitat de vacíos" inherentes a los sujetos.

Se espera entonces que el camino marcado por la territorialidad de la imagen permita abrir nuevas líneas de inmersión en estudios gráficos que como en este manuscrito contemplen los tres (3) preceptos de la investigación científica aplicados al arte. Esto es, la empiricidad del objeto, la sistematicidad de los datos y la teorización de los hallazgos; así como la utilidad bibliográfica de la obra en los currículos y expectativas de nuevos profesionales de la disciplina.

CARLOS EDUARDO DAZA-OROZCO
Docente-investigador
Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano

Referencias

Auge, M. (1992). Los «no lugares» - espacios del anonimato”

Bachelard, G. (2000). *La Poética del Espacio*. Buenos Aires: Ed. Fondo de Cultura Económica.

Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica, trad. Andrés E. Weikert*. México: Ítaca.

Halbwachs, M. (2004) *Los marcos sociales de la memoria*. Barcelona: Anthropos.

Jameson, F. (2002). *El giro cultural: escritos seleccionados sobre el posmodernismo*. Buenos Aires: Manantial.

Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio. (Introducción y traducción de Emilio Martínez)*. Madrid: Capitán Swing.

Palabras de los autores

Imaginario social desde las expresiones gráficas en ambientes público-privados del centro de Bogotá, es una serie de especulaciones ornamentales de tres (3) lugares públicos y privados del centro de Bogotá, Colombia. Es un documento mediado por la historia y las relaciones estéticas que se presentan en el Café Pasaje, La Cervecería Luna Park y El bar de Doña Ceci; lugares que por décadas se han establecido como espacios culturales, sociales e intelectuales de la ciudad. Cada uno se distingue por su arquitectura y representaciones ornamentales (gráficas y objetuales); crea un diálogo directo con la sociedad que los frecuenta porque en cada uno de ellos, las imágenes funcionan como vestigios en los pensamientos e ideologías que surgen de la ligereza del grafiti o la destreza artesanal, en ocasiones, propuestas desde las inquietudes y preferencias de la dirección artística de sus propietarios. Lo público y lo privado hace presencia en cada uno de los espacios; la intimidad de una emoción, o la euforia provocada por el deporte o la política, hace de estos espacios escenarios de tolerancia socio-estética. Una especie de democracia o soberanía cultural convive de forma permanente en lo particular de sus arquitecturas, que constantemente mudan en su interior y hacen de este un órgano vivo. La experiencia estética de cada lugar propone diversas miradas sociales desde las artes visuales, asociadas a la idea de la antropología de la imagen; pretende establecer un mínimo entendimiento del sujeto actual, esto es, cómo las decoraciones, las intervenciones y sus montajes funcionan como arqueologías visuales de la sociedad, en lugares donde el tiempo tiene una relación diferente.

Alonso García Martínez



Mapa de los lugares, centro de Bogotá, ilustración Sebastian Yañez

BAR DOÑA CECI

Omar Alonso García Martínez



Fuente: La señora María Cecilia Ortiz, propietaria del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

HISTORIA CON AROMA FAMILIAR

El nombre "bar Doña Ceci" posiblemente obedece a una relación folclórica moderna, donde el lugar lleva el mismo nombre de la dueña "María Cecilia Ortiz Velásquez" oriunda de Fomeque Cundinamarca. La señora Ceci inaugura su negocio en la década de 1970, como un sueño de independencia, además, impulsados por el amor.

Como en la novela de Laura Esquivel *Como agua para chocolate* "los secretos de la vida y del amor a través de la cocina" (Esquivel, 1989, p. 70). Para muchos el amor es sinónimo de comida, y la historia del bar de Doña Ceci comenzó en un restaurante, específicamente, en una pollería donde la señora Cecilia y su esposo Porfilio Díaz (mejor conocido como Daniel) se conocieron. No tardó mucho para que vivieran juntos y, entre todas las horas de conversaciones que mantenían en su hogar, recreaban el futuro por medio de la ciencia de la mente; creaban imágenes fantasmagóricas de su futuro como familia y empresarios. Además, desde su juventud hubo un espacio importante para su proyección laboral, aplicando la fuerza inherente propia de esta etapa de la vida, bastante clara: ser independientes y trabajar en sus propios sueños.

> Los hombres de negocios eran más capaces de explicar los ciclos de negocias en términos místicos. John Mills, un banquero de Manchester, pensaba que el ciclo dependía de la «ciencia de la mente»; en 1876 William Purdy anticipó la teoría de que los ciclos de negocias se producían porque los jóvenes inversionistas llegaban a la edad madura y por lo tanto carecían de las fuerzas suficientes como para mantener al capital circulando vigorosamente. (Sennett, 1979)

En poco tiempo concretaron sus ideas en un espacio físico; su primera tienda tenía que ver con su propia historia de vida, entonces, brindándole casi un homenaje a la manera en que se conocieron, erigieron un local de comida, específicamente de buñuelos, empanadas y tinto (café) artículos bastante populares en la gastronomía local. Sin embargo, su proyección era aún más grande, y pronto el espacio no cumplía con las necesidades espaciales. De ese modo, se dieron a la tarea de buscar un lugar más amplio, que sirviera como local comercial, pero también como hogar; para economizar tiempo y dinero, además de establecer una cercanía familiar.

También existían sospechas por parte de la señora Cecilia que a su hija Sandra (una bebé) era maltratada por las personas que cuidaban de ella, mientras ellos trabajaban, por tanto, un motivo de gran importancia era tener a su hija cerca y con un mejor bienestar. Su tía, les ayudaba con el cuidado de Sandra, pero para la señora Cecilia y el señor Daniel era importante que reconociera la imagen del trabajo a temprana edad

Así que llegan donde actualmente es Limbo Salsa (Carrera 4 #12), bastante cerca de la sede actual, lugar donde serían famosos. Con mayor espacio, era entendible que creciera la diversidad de productos; era lo que se conoce como una tienda de barrio, en la cual se conseguían algunos productos de la canasta familiar, como leche y huevos, a su vez, introdujeron cerveza, siendo muchos un producto activo en la canasta familiar.

Sennett (1979), establece una dinámica en torno a los lugares de consumo de licor como espacios de esparcimiento, de salir de la rutina laboral y del hogar. Históricamente, como un acto masculino, en el siglo XIX lo más común era que el hombre trabajara fuera de su casa y procurara estos lugares entre amigos, pero también un descanso de su hogar. Se pueden encontrar similitudes de esa época, con las más recientes. Cambian algunos espacios, por ejemplo, los espacios de trabajo por los lugares de formación académica, siempre acompañados de las tabernas.

> La relación entre el alcohol y la pasividad pública nos lleva un paso más allá, Gracias al trabajo de Brian Harrison se pueden trazar mapas de Londres en el siglo XIX de aquellos lugares donde estaban ubicados los negocios de venta de licores y las tabernas en diferentes zonas de la ciudad. En los distritos donde residía la clase trabajadora existía, a fines del siglo XIX en Londres, una gran cantidad de tabernas y no una gran concentración de negocios de venta de licores. En los distintos de clase media alta, existían muy pocas tabernas y una gran concentración de licoreras. A lo largo del Strand, que entonces era una gran área de oficinistas, se encontraba una gran cantidad de tabernas y eran utilizadas a la hora del almuerzo. El descanso que la taberna y sus bebidas alcohólicas proporcionaban a la hora del almuerzo era respetable; era un descanso del trabajo. La taberna como descanso del hogar era, por contraste, degradante. Harrison nos cuenta que para los años de 1830. (Sennett, 1979, p. 269)

Con el buen manejo de su economía y con las ansias de conseguir mejores cosas, separaron su espacio laboral del lugar familiar. De ese modo se mudan donde actualmente es Bogotá Beer Company (Carrera 12d #4 -02), en el último piso de este edificio. La perspectiva desde ese lugar les hizo ver la vida y la ciudad de otra forma, como una metáfora, subían las escalas, gracias a su visión no limitada.

No obstante, el negocio se trasladó donde actualmente es The Burger (actual Bogotá Beer Company) un espacio más pequeño, con un tinte más cerca de una cafetería, o mejor a una cigarrería. Con el gran ahorro familiar lograron comprar parte de la casa, donde actualmente es el negocio, por la entrada de la carrera cuarta. Años después consiguieron toda la casa utilizando un vehículo familiar como parte de pago, sin embargo, la tienda se mantenía en el primer piso, era algo pequeña en relación con lo que es ahora. En el segundo era el hogar, donde vivía la familia, no obstante, con el tiempo la tienda precisaba mayor espacio y tuvieron que dejarla crecer por la cantidad de personas que la frecuentaban.

El concepto de crecimiento, tomado de Sennett (1979), es entendido en parámetros urbanos. Sin embargo, en esa dualidad de casa-negocio, este concepto se favorece al consumidor, pero crea un problema en términos de espacio sociofamiliar "Cuando la expresión 'crecimiento de población' es utilizada para describir a estas dos ciudades, no se trata solamente de una cuestión neutra de cantidades. Especifica un hecho social determinado. Cuando la ciudad creció, su población se volvió problemática" (Sennett, 1979, p. 69).

La inauguración fue realizada por la señora Cecilia, teniendo estas varias etapas. Al principio vendió productos que ella misma cocinaba (como empanadas, buñuelos y tintos) pero se fue transformando al mismo ritmo que lo hacia la ciudad, el sector. Ella también se hacía más conocida, los clientes establecieron lazos de cariño; las conversaciones, risas, desamores y demás emociones inundaban el lugar y, con ellos, el consumo de cerveza, transformándose en un bar.

> Los ritos nos hablan desde muchos lugares, épocas y medios culturales distintos. No está documentado cuál fue el lugar de Dioniso en Creta, si hubo ritos consagrados a él, si las tauromaquias registradas en los frescos, o el símbolo mismo del Minotauro se relacionan con él; pero toda la cultura minoica se afirma en una explosión de vida, de color, de gozo, que tiene un carácter inequívocamente dionisiaco, totalmente distinto de los ritmos apolíneos del arte dórico. También el laberinto es un emblema de Dioniso. (Kaminer, 2018)

Este fue en el periodo donde Clara López fue la alcaldesa encargada (2011-2012); las normativas llevadas a cabo ayudaron bastante a los negocios como licoreras, droguerías, bares, cafeterías, en los cuales no se podían mezclar negocios, debían tener especialidades y centrarse en un solo mer-

cado[1]. De esa forma, la comida que se vendía, lo que entendemos de la canasta familiar, se dejó de vender (no pasó lo mismo con las empanadas), para pasar definitivamente a ser bar. La combinación entre las bebidas alcohólicas y alimentación proviene de culturas milenarias como la egipcia. Esta mistura mantenía relaciones sociales, de salubridad y rituales. En la actualidad estas prácticas no han mudado radicalmente, se puede decir que se han reinterpretado simbólicamente.

> Las bebidas alcohólicas (aprox. 5000 a.C.) En Egipto la comida no escaseaba y la alimentación, muy completa, se basaba en el pan, la cerveza, las legumbres y el pescado. La bebida más común era la cerveza, con ella se destetaba a los lactantes (Zythim o heneket), y era fabricada a base de agua, miel y harina de cebada.
>
> El vino se introdujo más tardíamente. Se trataba de una bebida dulce y amarga al mismo tiempo, podía ser de malta, de dátiles, de trigo y de cebada, o bien de una mezcla de todos estos elementos. Toda esta variedad de componentes era la base de un líquido denso y de mayor graduación alcohólica que la cerveza actual. El proceso de elaboración se basaba en la fermentación de la masa de pan (hecha a base de los cereales antes señalados) poco cocida y metida en agua. Luego se filtraba y se dejaba reposar. El uso de las bebidas alcohólicas en ese momento histórico tenía tres funciones:
>
> • Vida cotidiana (alimento – uso festivo – uso médico).
>
> - Como alimento ya hemos visto que era base fundamental de la comida de los egipcios, en principio solo cerveza y posteriormente también el vino. - En cuanto al uso festivo,

---

[1] Según la normativa, la comercialización de bebidas alcohólicas solo podía hacerse en estos sitios entre las 11:00 a.m. y las 11:00 p.m. del mismo día en todas las localidades de la ciudad, mientras estaba prohibida entre las 10:00 a.m. y 11:00 p.m. El decreto dividió opiniones, como se esperaba. La alcaldesa (d.) de Bogotá, Clara López, defendió la medida. Para su administración, la decisión contribuía al control de riñas en la ciudad, así como al ruido en los barrios por cuenta de las tiendas de barrio que venden licor después de las 11:00 p. m. “Hay 80.000 tiendas que expenden licor. La gente está absolutamente desesperada con el ruido en áreas residenciales”, dijo la alcaldesa este miércoles a través de medios radiales. En dos semanas los resultados de la medida fueron estudiados. De cumplirse con las expectativas, la Alcaldía podría eliminar la restricción en algunas zonas de la ciudad. (Semana, 2011b))

según una descripción de un autor griego –Ateneo– sobre la cerveza egipcia, se decía: “La cerveza es tan fuerte y sus efectos tan estimulantes que quienes la consumen, bailan, cantan y cometen los mismos excesos que los intoxicados por el más fuerte vino”.

- Entre los usos médicos estaba la utilización de las bebidas alcohólicas para tratar los males intestinales, curar heridas y como antídoto de las picaduras de escorpión.

• Ofrendas religiosas rituales.

- A los adolescentes, como rito de iniciación, se les regalaba un ánfora de cerveza que indicaba la cantidad diaria que podían consumir.

• Ajuares funerarios.

- A los muertos les lavaban con cerveza antes de embalsamarlos y entre su ajuar se incluían ánforas de cerveza. (Pascual, 2007)

EL CRECIMIENTO DE LA CIUDAD Y DE NOSOTROS

> Cuando comenzó el negocio teníamos vecinos algo famosos como la Fiscalía Nacional, los periódicos El Tiempo y El Espectador, por la calle trece, la Jiménez. Eso hizo que el público que frecuentaba era distinto al actual, escritores, abogados, trabajadores de la rama judicial, que trabajaban en la carrera décima subían a tomar café. Por ese motivo, la dirección que tomó el negocio en ese momento era de cafetería, piensen en la imagen de un lugar donde trabajadores se escapaban a fumar un cigarrillo acompañado de un tinto, además que servía como sala de juntas, de reuniones y asesorías jurídicas. (Doña Ceci, 2018)

Uno de los Cafés más memorables del centro de la capital se ubicaba a varias calles en dirección occidental; 'El Café Automático', recordado por ser uno de los epicentros de la bohemia y de intelectuales que frecuentaban el lugar de manera constante. Algo similar acontece en el bar de Doña Ceci, un lugar rodeado por la cultura.

> Los innumerables cafés de la zona funcionaban también como nodos de la red, microesferas y contraesferas donde se conversaba y se discutía de acuerdo con la especificidad de cada uno; los había de políticos, de abogados, de ganaderos, de periodistas y de intelectuales. Fue en escenarios como El Automático donde precisamente se consolidaron temas y debates propios de la modernidad colombiana que fueron adquiriendo forma mediante la obra y la voz de los artistas, escritores e intelectuales que lo frecuentaban. (Uregui, 2009, p. 13)

El crecimiento arquitectónico de las instituciones de educación superior de la zona con universidades tradicionales o nuevas llegó, aproximadamente, a 14 centros académicos que cambiaron el paísaje del sector. Estudiantes provenientes de diversos lugares del país repoblaron las calles tradiciones del centro en búsqueda de una cercanía a sus centros académicos y en busca de una economía, pues no tenían que invertir en transporte público, reactivando, por así decir, la economía del lugar. Estos ecosistemas artificiales crecen de manera precipitada, como seres vivos que pretender evolucionar de forma vertiginosa y con ritmos antinaturales. Esto acontece en las ciudades, específicamente, en algunos puntos y hace de esta actividad un punto de interés para los urbanistas actuales.

> La idea de considerar a la ciudad como un sistema vivo no es nueva. Desde Munford (1938) a Geddes (1904), pasando por Piccinato (1988), han sido numerosos los autores que han hablado del ecosistema de la ciudad. Ya en 1978, "El ecosistema urbano" era el título de un libro de Nicoletti; pero la importancia del análisis del ecosistema ciudad fue reconocida internacionalmente desde 1973 dentro del programa Man and Biosphere de la UNESCO, que lanzó un proyecto de estudio, referido al tema de la ciudad como ecosistema artificial. Hoy día es un término consensuado por expertos que ayuda sobre todo a vislumbrar las soluciones que se han manifestado en las zonas urbanas desde el siglo XIX. (Higueras, s.f.)

Colombia, en particular la capital, tuvo un crecimiento turístico; se incrementaron los hoteles y hostales, con los cuales llegaron turistas, pero con una estética y visón particular. Los mochileros que recorren todo el mundo y en el centro de la ciudad ven un panorama cultural increíble[2]: lo popular (característico, en los países del norte de América del Sur, por la fraternidad de la sociedad, donde acogen al visitante de formas familiares).

---

[2] La vida de las casas de refrigerios continuó en las posadas de las capitales de mediados del siglo XVIII, donde los viajeros que iban hacia la ciudad quedaban sorprendidos a menudo al escuchar a los *habitués* hablando «Libremente y sin reservas sobre temas generales de conversación», Continuó en los nuevos establecimientos de Londres y París (Sennett, 1979, p. 107).

Allí la arquitectura costumbrista santafereña se mezcla con las grandes construcciones barrocas destinadas al culto católico. Estos turistas no pretenden establecer una dinámica cultural en lugares como la zona T, el parque de la 93 o la zona rosa; generalmente buscan lugares autóctonos de la región, aquellos que les brinden un contacto más directo con lo que se puede entender como criollo. Ahora bien, esta misma relación, entendida desde la economía, converge con los estudiantes universitarios, los cuales buscan espacios agradables y económicos. La diversidad social que recibe el bar de Doña Ceci, sin duda, es una fuente renovable de cultura; en este punto convergen la música, las letras, la política, el arte entre muchas otras expresiones que se mezclan en las actividades bohemias. Entonces, nos hace recordar las historias de aquellos cafés en París en pleno apogeo de las vanguardias, lugares de discusión y de ensoñación.

> París fue durante el siglo XIX y parte del XX el lugar de peregrinación y el lugar soñado de todo aquel que se consideraba artista; triunfar en París era sinónimo de triunfar en el mundo. La bohemia parisina era la quintaesencia de la vida bohemia, donde los románticos rebeldes hicieron con su estilo de vida una verdadera leyenda en un mundo que cambiaba de fisonomía por la influencia cada vez más fuerte del desarrollo industrial de la época. (...) En París hubo dos barrios que dieron cobijo a la vida bohemia: Montmartre, lugar de afamados pintores, entre ellos Toulouse-Lautrec, que pintó a las bailarinas de can can del Moulin Rouge, y el Barrio Latino, a donde convergían los jóvenes del orbe entero que soñaban con la bohemia como el lugar idílico para su creatividad artística. Allí, los auténticos herederos del romanticismo vivieron en una atmósfera creativa. Se sentían incomprendidos, y lo eran, por eso despreciaban los valores morales de una sociedad que sentían y describían caótica. (Bueno, 2012)

La convergencia entre el cambio de la estética de esta parte de la ciudad, y los nuevos habitantes permanentes o flotantes del sector, en gran medida mudó su estética general. Como el paísaje del sector cambió, bastantes trabajadores culturales empezaron a circular dentro de la zona, artesanos, cirqueros; hasta el Michael Jackson colombiano (imitador) asiste con fre-

cuencia, utilizando el bar como escenario de su técnica danzaría, generando otro tipo de experiencia en el lugar.

> Las bebidas alcohólicas ya hace tiempo que han dejado de ser una panacea médica, siguen siendo "panacea" para las relaciones sociales, gracias al efecto psicótropo desinhibidor. Se utilizan para celebrar cualquier tipo de evento y como instrumento vehicular en las relaciones humanas, hablar, cantar, bailar, divertirse. (Pascual, 2007)

El tiempo de aquellos que asistieron como adolescentes, estudiantes de la universidad, ahora se traslada a los ámbitos profesionales, trabajadores de oficina, de la procuraduría, de los diversos ministerios que tienen sus sedes en el centro; de profesores, diseñadores, filósofos, antropólogos, matemáticos, ingenieros y de artistas que se reúnen como en un ritual de reminiscencia, recordando el pasado con pinceladas de nostalgia, alegría y de mucha bohemia. Estos lugares de catarsis, mediados por el alcohol, forman parte activa de la vida; por lo general, están presentes en ceremonias litúrgicas y en celebraciones mundanas. Además, desde hace mucho tiempo se asocia como una herramienta social para la diversión o la purificación, sin embargo, algunos entienden la idea de purificación de una forma no tan espiritual.

FAMILIA Y MEMORIAS

Los recuerdos son muchos, especialmente familiares, al ser un negocio donde muchos primos, tíos e hijos han trabajado. Las fotografías de las inauguraciones deben estar en los álbumes familiares, pero el bar cumplía con una tarea importante en las fechas especiales como los cumpleaños y reuniones familiares. Dichos eventos eran celebrados dentro del lugar, por ese motivo, las imágenes de la memoria del bar son producto de remembranza familiar.

Por otro lado, nunca se realizó un estudio fotográfico al bar: "no era importante o mejor no pensamos que llegaría a tener este nivel de reconocimiento". En este sentido, la memoria del lugar se construye más como un espacio de fraternidad; como lo hacen en la actualidad la mayoría de los visitantes desde sus dispositivos móviles, quienes registran fotos de ellos por felicidad, por tristeza o por simple costumbre, pero tienen en cuenta el lugar donde se las toman: donde Doña Ceci.

Con las últimas evoluciones técnicas de los sistemas de captura de imágenes se puede deducir que la narrativa visual, como formato de presentación de historias del pasado, son de mayor acceso que el concepto de álbum familiar como objeto en físico. Sin embargo, el álbum fotográfico del bar es importante; es un objeto de la memoria familiar que asocia el proceso empresarial del lugar, documentando dos (2) historias sin percibir esta noción.

> Las evoluciones técnicas del medio fotográfico se han traducido en cambios en las poses, las actitudes y los entornos de las fotografías de familia, pero también en el volumen de las imágenes para tener en cuenta...lo que ha traído consigo que ya no haya un solo álbum de familia, sino que a este se suman una serie de álbumes que res-

ponden al mismo modelo organizativo pero cuyo contenido se especializa en ámbitos específicos de la vida familiar, como los viajes. Las fotografías, dice Williams, “pueden ser consideradas artefactos culturales porque documentan los eventos de la vida familiar”. (Pardo, 2006)

Con el crecimiento y la popularidad del bar no tuvo que pasar mucho tiempo para que algunos clientes establecieran lazos fuertes. A manera de ejemplo:

Un chico (no recuerdo su nombre) que estudió cine en la Universidad Nacional; la mayoría del tiempo de sus estudios estuvo rondando siempre el centro, no sé si por su investigación o la fascinación a la bohemia ceciliana. Terminó sus estudios, se casó, se fue a vivir a Francia, adquirió la nacionalidad, lleva su vida profesional y personal en ese lugar, pero cuando viene a Bogotá una de las primeras cosas que hace es visitarnos.

Recordamos también a (Peter), un norteamericano de Nueva York. Él es un caso particular; cuando llega al aeropuerto de Bogotá, toma un taxi directamente para aquí, con todo su equipaje, el cual tenemos que guardarlo... llega con regalos; nos convertimos en su familia adoptiva cuando regresa. Este es un lugar de encuentro, muchas parejas han iniciado sus idilios amorosos y vuelven como una manera de recordar sus bellos tiempos; los meseros, y casi todos los empleados del lugar, somos testigos de sus historias y con gran emoción narramos lo que aquí comenzó.

También personajes famosos, o de gran reconocimiento en el medio cultural, frecuentan el bar. Profesores universitarios, filósofos, actores, hasta cantantes; entre ellos uno bastante especial: José-Manuel Thomas Arthur mejor conocido como ‘Manu chao - El chapulín’. Cuando él cuando viene a Bogotá, una visita obligada es siempre este bar y saludar a Doña Ceci. (Doña Ceci, 2018)



Figura 2. José-Manuel Thomas Arthur, Manu Chau "el chapulín" (Izquierda). María Cecilia Ortiz Velásquez (Derecha), fotografía: Sandra Ortiz (hija de Doña Ceci), 2018.

El bar ha servido de inspiración para la creación artística, bastantes soñadores se reúnen a maquinar sus proyectos; pasó de ser un espacio de litigio (por los anteriores clientes que estaban asociados a la rama del poder judicial), a ser un lugar que promueve la industria cultural, donde se ejecutan quimeras. Un ejemplo de lo anterior, son los diversos documentales realizados dentro del lugar y sobre el lugar como *Doña Ceci, la señora de las polas en el centro de Bogotá* del proyecto "Raíces" del periódico *El Espectador*. Una de las distinciones más particulares lo realizó el del grupo Tricófero de Barro[3]; en una parte de la letra de su canción *Lo que falta es reguetón* nombra al bar y una de sus bebidas características:

¡Lo que te falta es Reguetón!
Y ésta es para los del solar de los aburridos
Un día imaginé a una muchacha
que me decía, que me decía
que yo era un tipo demasiado
aburrido, aburrido
Un día imagine que si eso
fuera cierto
Un día pensé mi corazón hecho un desierto
hecho un desierto
Lo que te falta es reggaetón
Lo que te falta es reggaetón
picante
Lo que te falta es reggaetón

[3] Tricófero de barro es un proyecto integrado por Miguel Leguizamón (Productor Musical y Band Leader) y María Arteaga (Diseñadora Gráfica y coros) quienes en escena encarnan a Kent Moré y Lluvia Cósmica. Desde el año 2010 deciden buscar una sonoridad propia, acudiendo a letras que hablan de sus propias experiencias personales, de sentimientos profundos, creando un ambiente oscuro y minimalista; mezclado con un poco de ruido, sintetizadores y el ritmo de ráspa en un estilo propio, plasman todo el peso de una cotidianidad solitaria donde la felicidad del trópico se mezcla con la desazón del mundo moderno, la ciudad fría y la rumba caliente. En dos palabras: ¡Raspa Dark! El concepto visual recrea este universo de fantasía que confirma el dramatismo de la propuesta dándole un toque único a los conciertos, convirtiéndose en algo más que música, es todo un acto performático (Tricofero de Barro, 2019).

Lo que te falta es reggaetón
picante
Lo que te falta es reggaetón
y seguimos
suave
Un día me fui donde Ceci y me tomé unos tequilas
Un día me vi una novela de esas que ven
mi mamá y mi tía
Un día fumé marihuana
y me reía y me reía
Un día imaginé a una muchacha, que me decía
Lo que te falta es reggaetón
Lo que te falta es reggaetón (...). (Tricófero de Barro, 2017)

Por lo general, las actividades artísticas se vinculan de forma directa a este tipo de espacios. En estos lugares se sueña, se dialoga, se discute y hasta producen diversas ideas que causan memorias inconscientes de este espacio. Se han realizado diversos cortos por profesionales, o sujetos en formación; dentro este grupo amplio de homenaje, recuerdan uno en especial: Un chico utilizó el sótano como locación y la señora Cecilia fue una de las actrices, sin embargo, nunca se desprendió de uno de sus papeles más importantes, el de mamá. Por lo general es una persona llena de vitalidad, llama la atención de los realizadores o de sus clientes; le otorgan el título de la segunda madre de muchos.

Ahora bien, recordando la cinta de Woody *Allen Media noche en Paris* (2011) la cual recrea la vida bohemia de la década de 1920 en París de manera surrealista. El restaurante Le Polidor congregaba un sin número de intelectuales quienes se reunían para discutir de sus diversas disciplinas como las letras, la música y las artes visuales. El concepto de 'Le Polidor' en Bogotá recorre este tipo de espacios; las discusiones, los enfrentamientos conceptuales, la creación nutren de manera activa estos lugares de consolidación de la cultura. Para la misma época, los cafés del centro de la capital se per-

filaban como centros de los intelectuales, sin embargo, presentaban una gran diferencia; la violencia bipartidista clasificaba este tipo de espacios, discriminando de alguna forma los visitantes de los cafés.

> En los años 20 las personas que venían de provincia y ejercían una profesión, por lo general lo hacían de manera autodidacta. Es el caso de muchos periodistas, escritores y caricaturistas, que fueron aprendiendo su oficio apoyando labores menores en diarios o periódicos locales. Para estas personas los cafés de Bogotá se convirtieron en aulas de clase, escuelas del pensamiento moderno, cuyos maestros, colegas y amigos serian grandes intelectuales y artistas de la época como: León de Greiff, Gabriel García Márquez, Omar Rayo, Hernán Merino, Emilia Pardo Umaña, Ciro Mendía, Leo Matiz, Marco Ospina, Lucy Tejada, Jorge Rojas, entre otros de la primera mitad del siglo XX, donde se reunían intelectuales de toda índole para dar rienda suelta a las vanguardias literarias europeas que llegaban a Latinoamérica. Pero estos espacios no eran del todo públicos, su ingreso era restringido, solo podían ingresar socios o personas que compartieran la misma afinidad intelectual o política. Para cada asociación había un Café diferente, estaba el de los comerciantes, el de los estudiantes, el de los abogados, el de los poetas, por no mencionar los ¨Cafés literarios¨ de la primera mitad del siglo XX, donde se reunían intelectuales de toda índole para dar rienda suelta a las vanguardias literarias europeas que llegaban a Latinoamérica. (Jiménez, 2016)

IMÁGENES NO SEMEJANTES

No en todas las ocasiones la popularidad trae consigo resultados positivos, hace 12 años, aproximadamente, un medio alternativo se acercó para realizarles una nota, era sin ánimo de lucro (una de las razones por la que decidieron ayudarlos). Sin embargo, para sorpresa de todos, la nota no era como la esperaban; "nos sentimos utilizados, porque en ella, las críticas hacia el bar eran negativas, algo que nunca se expresó por parte del medio" (Doña Ceci, 2018).

Desde ese momento tomaron la decisión de hacer un filtro para ayudar; con la cantidad de universidades cercanas como Los Andes, la CUN, El Externado, entre otras, que solicitan ayuda para sus proyectos (en muchos de los casos etnografías porque el lugar habla de un sector importante de la ciudad). No obstante, la idea no es que se torne en una especie de inquisición académica, donde sean vistos como pruebas de laboratorio.

Este tipo de etnografías en ocasiones son cuestionadas porque no trabajan adecuadamente el sentido común; obvian o transforman la información suministrada por las fuentes primarias. Además, existen grandes diferencias en la presentación de la información, la cual toma mayor forma según la posición de la investigación, haciendo que lo presentado no sea una traducción de los acontecimientos.

> A primeira e mais importante qualidade de uma boa etnografia reside, então, em ultrapassar o senso comum quanto aos usos da linguagem. Se o trabalho de campo se faz pelo diálogo vivido que, depois, é revelado por meio da escri-

> ta, é necessário ultrapassar o senso comum ocidental que acredita que a linguagem é basicamente referencial. Que ela apenas “diz” e “descreve”, com base na relação entre uma palavra e uma coisa. Ao contrário, palavras fazem coisas, trazem consequências, realizam tarefas, comunicam e produzem resultados. E palavras não são o único meio de comunicação: silêncios comunicam. Da mesma maneira, os outros sentidos (olfato, visão, espaço, tato) têm implicações que é necessário avaliar e analisar. Dito de outra forma, é preciso colocar no texto - em palavras sequenciais, em frases que se seguem umas às outras, em parágrafos e capítulos - o que foi ação vivida. Este talvez seja um dos maiores desafios da etnografia - e não há receitas preestabelecidas de como fazê-lo[4]. (Peirano, 2014)

Esta confusión se presenta con mayor incidencia en los medios de comunicación y en el espectáculo, como imágenes alejadas de la realidad y en muchos de los casos presentan una idea poco acertada del lugar. En el 2018, el bar colaboró a realizar una nota para un programa de entretenimiento del canal de televisión City TV. El presentador es una persona reconocida en el medio y les pareció bien realizarla. Fue una nota corta, de diez (10) minutos aproximadamente.

> Esta entrevista no tuvo un lenguaje complejo para nosotros, entendido para el bar, pero cuando vimos el resultado, no mostró la esencia del bar. En la nota utilizaron imágenes de archivo, de uno de sus medios asociados (Publimetro) que no tenían nada que ver con el espacio; ejemplo de esto es la plaza de Bolívar, un lugar cercano pero que realmente no es tan próximo. Además, la musicalización era de tango, de alguna forma, indicando que este espacio estaba dedicado

---

4 La primera y más importante cualidad de una buena etnografía reside, entonces, en ultrapasar el sentido común en cuanto a los usos del lenguaje. Si el trabajo de campo se hace por el diálogo vivido que, después, es revelado por medio de la escritura, es necesario ultrapasar el sentido común occidental que cree que el lenguaje es básicamente referencial. Que apenas ‘dice’ o ‘describe’, con base en la relación entre una palabra y una cosa. Al contrario, palabras hacen cosas, traen consecuencias, realizan tareas, comunican y producen resultados. Y las palabras no son el único medio de comunicación: los silencios comunican. De la misma manera, los otros sentidos (olfato, vista, gusto, tacto) tienen implicaciones que son necesarias validar y analizar. Dicho de otra forma, es preciso colocar en el texto -en palabras secuenciales, en frases que se siguen unas a las otras, en párrafos y capítulos -o que fue una acción vivida. Este tal vez sea uno de los mayores desafíos de la etnografía- y no existen recetas preestablecidas de cómo hacerlo.

> a este tipo de bohemia y este es un lugar *crossover*, que tiene cabida todo tipo de música.
> Creemos que este tipo de reportajes ocasiona confusión con la imagen que se ha construido del lugar; un espacio de tolerancia entre las diversas estéticas y tendencias que lo frecuentan. Después de este reportaje hubo algunas personas que preguntaban por la máquina de música la cual era activa por monedas de 50 pesos, porque en la nota expuso esto, y nuestra rockola es de 200 pesos. Crearon una confusión graciosa, además, algunas personas vienen a bailar tango; siendo un lugar de tertulia la gente se acomoda para danzar. (Doña Ceci, 2018)

Este proceso de etnomarketing[5] no le hace justicia a la propia idea, sin profundidad en las notas presentadas. Lo anterior origina falsos imaginarios del producto, creando expectativas erradas y experiencias que no son reales del lugar.

[5] Estas obras entre otras muestran que para el etnomarketing la cultura es el elemento determinante de los hábitos de consumo. La forma como determinada persona encara el acto de consumir puede revelar mucho sobre ella, pues en ese proceso de adquisición ella deposita una serie de factores objetivos y otros subjetivos, que pueden ser la satisfacción de alguna necesidad obvia o de algún deseo íntimo (Nunes de Senne, 2013, Traducción del autor).

ENTRE SILLAS, MESAS E IMÁGENES

La estética del bar de Doña Ceci puede obedecer a una costumbre autóctona moderna; es un lugar que ha mutado de oficio, como anteriormente se evidencia. Sin embargo, este lugar mantiene un aura distintiva; el público que lo frecuenta se siente cómodo con la estética popular, aproximada a lo ornamental de una tienda tradicional de barrio (claro que el bar lo es) pero si utilizamos la imaginación para transportarnos a los lugares que mantienen este tipo de imagen, podemos reconocer diversas simbologías, como los afiches de las marcas de licores y cervezas; paísajes autóctonos de diversos lugares de la geografía colombiana; la música y la cultura popular[6] que en ellas transitan.

Todo se encuentra en el bar de Doña Ceci, incluyéndole algunas características que la hacen diferentes de los otros centros tradicionales, como la población joven de diversas creencias políticas, estéticas y religiosas. Además, un gran grupo de experimentados que buscan la bohemia tradicional de la conversación y el goce con el contacto actual; establecen un acto de cultura popular, del manejo del tiempo libre:

> Las tabernas decimonónicas han sido identificadas en numerosas investigaciones como núcleos de actividad protopolítica, como escuelas para el autoconocimiento político

---

[6] La categoría de cultura popular, una invención del mundo de los académicos, del campo intelectual, pues, por lo menos de manera corriente y en situaciones normales, las gentes de las que se predica esa pertenencia cultural no se interesan excesivamente por tal designación. Simplemente viven la vida de todos los días, con sus alegrías y sufrimientos, y la buena o mala conciencia o las discusiones y a veces divisiones y enojos profundos de quienes han creado el rótulo y discuten sobre sus características; los tienen más bien sin cuidado (Silva, 2002).

> y para la cooperación; pero también eran espacios aptos para conformar una solidaridad más general, una identidad comunitaria o de clase. Así pues, la sociabilidad tabernaria no debe ser tenida en cuenta sólo para referirse a la amistad, debe también reseñarse la importancia del conflicto en las relaciones sociales; y una de las razones para que la taberna ocupase un lugar central en la cultura popular era su conveniencia como lugar para la contestación pública. Sumergidos en las transformaciones que estaba sufriendo la sociedad de la época, estos locales serán, pues, la imagen fuerte del tiempo libre popular, cumpliendo dentro de este marco importantes y variadas funciones. (García, 2009)

Estos lugares decimonónicos alteran el tiempo y el espacio; cuando se está en ellos es como si tuviéramos acceso al pasado; su estética, olor, forma de atender y dinámicas sociales hacen que este lugar genere un aura melancólica y emotiva al mismo tiempo. Para la señora Cecilia, la estética del lugar es una tarea que ella cree que se adeuda. Su idea es generar un estilo propio del lugar, pero existe una forma tradicional también en la relación estética.

Por ejemplo, el diseño de las mesas y las sillas. Las mesas (Figura 3) tienen un diseño moderno; la tabla superior es rectangular, soportada por dos (2) bases que se encogen en su centro, imprimiéndole al diseño un ritmo que se diferencia de sus cortes rectos. Las sillas son duplas, tienen un soporte para la espalda amplio; el cojín es de bermellón, de un material sintético que asemeja el cuero.

Sus bases tienen un ritmo que se acrecientan en lo más alto de la forma; de la mima manera de la mesa, es un ritmo distinto al predominio de los ángulos rectos. Realmente, no se puede decir que son iguales; sufren pequeños o grandes cambios en su geografía, sin embargo, cuando se tiene que reparar alguna de ellas o fabricar desde cero (0), la señora Cecilia recurre a la fotografía de la mesa, en primera instancia; el segundo paso es el carpintero quien utiliza el mismo diseño. Entonces, se puede entender que el mobiliario del bar pretende estar siempre bajo la misma línea de diseño con la que fue pensada. Además, este objeto tiene una especie de

relación sentimental, simbólica; reafirma la estética del lugar y, a su vez, crean conexiones con el pasado, a forma de auto referencias de este espacio casa-negocio.



Figura 3. Sillas del bar de Doña Ceci, fotografía: Rincón, E., 2018.

> La categoría "simbólico" se refiere a objetos que evocan relaciones y sentimientos de los participantes, así como objetos que hacen referencia a la expresión del self. La primera de sus subcategorías, "autorreferencia", engloba objetos de decoración del dormitorio y que evocan experiencias pasadas de los propietarios. La segunda de las subcategorías, "entretenimiento", se compone de objetos que permiten al propietario disfrutar de su tiempo libre. Esta subcategoría se subdivide a su vez en "juguetes" y "hobbies", la primera de la cuales se compone de objetos que fueron utilizados durante la infancia de los propietarios y actualmente pueden considerarse recuerdos de esta, mientras que la segunda se refiere a objetos con una alta utilidad pero que son usados con motivos de ocio y el desarrollo de habilidades principalmente recreativas. (Poggio, 2018)

Estas autorreferencias también juegan con el sujeto que visita el espacio y evocan diferentes espacios de la experiencia, por ejemplo, las sillas modernas de madera nos llevan a lugares de la bohemia tradicional bogotana, como los cafés tradicionales donde su mobiliario eran objetos particulares dentro del espacio. Por otra parte, estas sillas son acompañadas por una de línea industrial, no mantienen la línea tradicional de las anteriores; puede ser el resultado del crecimiento y las relaciones de tiempo en la fabricación de cada pieza.

Una mezcla de aglomerados, acrílicos y metales las hacen posible; crean una especie de analogías con este tipo de mesas (Figura 54) las cuales evocan espacios como las panaderías y algunos restaurantes populares (como las pollerías y piqueteaderos). Sin embargo, no olvidemos que el bar de Doña Ceci ha evolucionado, con varios matices de producto. Uno de sus principales factores es la estítica popular, Anna Arendt (Citado en Luengo, 2011) lo presenta como artefactos llenos de sentidos y provistos de la libertad que el hombre concibe en el ordenamiento de su mundo.

> Este carácter utilitario diferencia, según Arendt, los artefactos de la fabricación de los objetos culturales. Estos últimos carecen estrictamente de utilidad alguna, pues no se someten al uso que de ellas puedan hacer los hombres. Los objetos culturales están en la vida social de dos maneras

diferentes: añadiéndose a ella como artefactos, y significándola, es decir, dándola a conocer y aportando nuevos sentidos. En este punto, los objetos culturales se sitúan a caballo entre lo que Arendt denomina el mundo de las cosas hechas por el hombre y el mundo de la acción y del discurso donde el hombre libre se ejercita en su capacidad de trascender lo dado. (Luengo, 2011, p. 67)



Figura 4. Joseph Kosuth, "Una y tres sillas", fotografía: Museo Reina Sofía, "One and Three Chairs", 1945.

Esto genera algunas discusiones internas en el bar. La señora Cecilia quiere mantener una estética porque entiende el poder simbólico de los objetos[7] y esto hace que el espacio se caracterice con otros lugares. Sin embargo, la lectura del señor Daniel va en una dirección aproximada a la efectividad; considera que el objeto es funcional y realiza la misma función sin pretender entrar en disputas al mundo de la representación.

Esta discusión nos conecta de alguna forma con la obra de uno de los pioneros del arte conceptual, Joseph Kosuth y *One and Three Chairs* (Una y tres sillas) (1945) (Figura 4). En esta obra se presenta el problema de representación, aparece el mismo objeto con tres (3) representaciones distintas[8]. En el bar de Doña Ceci, este problema presenta una especie de analogía entre el campo del arte y la cotidianidad; se presenta como un problema estético con el objeto, pretende mantener una línea de representación objetual (similitud, igualdad, repetición).

Por otra parte, el objeto no es el problema, lo que preocupa es la funcionalidad del objeto (significado), el cual no preocupa si está dentro del campo

---

7 Se trata de una aproximación intrínseca a unas fórmulas estereotipadas que, sin embargo, son capaces de aportar la novedad que caracteriza al arte, por su relación simbólica con ciertas formas de vida, a las que los estereotipos remiten, aunque sea débilmente. Los condicionantes externos no impiden una aproximación cultural a unos productos cuya recepción popular sobrepasa una visión excesivamente ideológica de sus fórmulas (Luengo, 2011).

8 Joseph Kosuth escribió: "El arte que yo denomino conceptual lo es porque se basa en una investigación en torno a la naturaleza del arte". *One and Three Chairs* (Una y tres sillas) se considera una de las primeras obras conceptuales que el artista concibió, siguiendo un criterio que él mismo calificó como «antiformalista» y que, con un sentido tautológico, se aproxima a una misma reflexión desde tres (3) perspectivas diversas: mediante el objeto (la silla), su representación o índice (la fotografía de la misma silla), y dos (2) elementos lingüísticos (la palabra que designa al objeto y su definición). Kosuth llama de ese modo la atención sobre un triple código de aproximación a la realidad: un código objetual, un código visual y un código verbal (referente, representación y lenguaje). Se trata de una obra emblemática del germen del arte conceptual que algunos críticos, como Catherine Millet, han considerado, en contradicción con las intenciones de Kosuth, un ejemplo de formalismo, basándose en la definición de formalismo de Clement Greenberg: aquello que remite en exclusiva al arte, al hecho de que una obra solo habla de la obra misma. Esta autodefinición de la obra de arte es para Millet, "la regla de los artistas conceptuales, que han construido todo un sistema de análisis teórico que permite definir una obra de arte, una actividad artística y el modo en que esta encuentra su vía de realidad" (Museo Nacional de Arte Reina Sofía, s.f.).

de la identidad; su preocupación está en el campo de la funcionalidad. Una tercera visión del problema estético son los usuarios; algunos (románticos del lugar) prefieren los espacios tradicionales, donde está el mobiliario habitual y otros (prácticos) interesados en la ubican según la disponibilidad del lugar.



Figura 5. Sillas bar de Doña Ceci, fotografía: Rincón, E., 2018.

Dentro de esta disputa objetual se suma el mobiliario del tercer piso existe una variación de los enseres del primer y segundo piso (Figura 6). La industria cultural apropia soportes objetuales, arquitectónicos o naturales de forma versátil, incluso desde hace mucho tiempo las imágenes de alguna forma nos han domesticado, naturalizado por los sentidos del sujeto que habita el mundo, donde el consumo es un compañero silencioso casi a manera de bacteria no letal.

> (...) la publicidad atraviesa –coloniza, diríamos– todos los soportes y canales de la comunicación y la cultura de masas: es el género más versátil (además de poseer algunos soportes «exclusivos», como las vallas u otros elementos de mobiliario urbano). Se diría por tanto que la publicidad, como género del discurso público, carece de una definición vehicular fuerte, y en cambio goza de una plasticidad que le permite adaptarse a los condicionantes materiales, físicos, que imponen los canales destinados en principio a servir de vehículo a otros contenidos culturales o de entretenimiento. (Rodríguez, 2008)

Las marcas conocen bastante bien las necesidades de sus clientes. Este proceso bacteriano hace que el reconocimiento cree clasificaciones de necesidad, siendo el mobiliario un óptimo recurso para las partes comerciales. Las mesas y sillas del tercer piso son de una firma cervecería tradicional colombiana (cerveza Águila); decoran el lugar de una forma funcional, y reconocen que un lugar como este siempre precisa de mobiliario. El mobiliario es bienvenido, pero las mesas que más predominan en el lugar son de diseño tradicional.

El lugar tiene vida propia, se alimenta de múltiples elementos, en especial, del mobiliario. Los objetos se adaptan al lugar y establecen una comunicación entre su utilidad y servicio. Utiliza sus colores cálidos pues algo característico la marca Águila es vender la experiencia de las regiones costeras (o a nivel del mar) por el tipo de clima que en ellas presenta; además, venden

la imagen de fiesta, incluso en gran parte del país se presenta como patrocinador de estos eventos[9].



Figura 6. Sillas bar de Doña Ceci, fotografía: Rincón, E., 2018.

[9] Cerveza Águila realiza grandes inversiones en publicidad exterior, principalmente en épocas de fiestas y celebraciones de cada ciudad, por ejemplo, la feria de Cali, el Carnaval de Negros y Blancos y Carnaval de Barranquilla (Díaz & Rosales, 2014).

Las paredes son escenarios casi inherentes de las imágenes, al igual que el mobiliario, en ellas se reconoce una riqueza entre la imagen publicitaria, las expresiones artísticas y el graffiti. En el tercer piso encontramos materia autoral del hijo de la señora Cecilia, Freddy, quien muestra una gran habilidad con el pincel y la forma (Figura 8). Con gran influencia con la imagen oriental, recordando por algunos pasajes la obra de Takashi Murakami[10] (Figura 7).

Freddy recurre a los ambientes surrealistas en la representación; los personajes presentan una dualidad entre la inocencia y el erotismo; con la representación de un ave, configuran la idea en la imagen, sin dejar atrás el realismo. La tradición del lugar batalla un poco con esta nueva representación, estas imágenes han intentado habitar otros espacios del bar, sin embargo, se enfrenta con la antigüedad de las imágenes, aquellas que recorrieron la línea histórica.

El concepto del eterno retorno, en este caso, se hace imagen. La bohemia que caracterizaba este lugar tiene imágenes propias, al igual que sociedades representativas. De esa forma las generaciones configuran espacios e imágenes según su gusto estético porque allí habitan diversos estereotipos sociales, que van desde lo clásico hasta lo actual y de lo tradicional a lo excéntrico.

---

[10] Nació en Tokio en 1962 y, en 1983, obtuvo el doctorado en la Universidad Nacional de Bellas Artes y Música de Tokio, y se formó en nihonga, pinturas realizadas de acuerdo con las convenciones artísticas tradicionales japonesas tanto en técnicas como en temas y materiales. Incorpora en su obra elementos de la cultura japonesa de distintos periodos. Por un lado, la tradicional iconografía budista, pinturas del siglo XII, pintura zen y técnicas de composición del periodo Edo del siglo XVIII, de donde toma el uso de imágenes fantásticas y poco habituales. Por otro, toma prestados elementos populares contemporáneos de expresión, como el anime (animación) y el manga (cómic) japoneses, pero también el arte pop americano. Esta diversidad de influencias las reelabora en multitud de ámbitos artísticos: su obra abarca desde pinturas con reminiscencias de los dibujos animados hasta esculturas cuasi minimalistas, globos inflables gigantes para eventos, películas, relojes, camisetas y otros productos hechos en serie (De Argos, 2015).



Figura 7. Autorretrato del artista afligido, Fuente: Murakami, T., "Self-Portrait of the Distressed Artist", 2011.



Figura 8. Obras del hijo Fredy, fotografía: Rincón, S., 2018.

En la imagen, el costumbrismo hace parte de la estética del bar de Doña Ceci; su espacio habla de la cultura popular de la Bogotá de la mitad del siglo XX. En parte era campesina y citadina, una mezcla de estas dos (2) características, entonces, la gran ciudad tenía características de provincia en diversos lugares, en gran medida porque muchos de los que habitaban (y habitan) la ciudad, son oriundos de otras regiones del país; traen consigo parte de las costumbres, imaginarios y estéticas de su región, no siendo ajeno al bar.

Hace unos años un artista del dibujo frecuentó el bar durante una semana, a la misma hora y en la misma mesa. Lo acompañó siempre una serie de herramientas como un papel, lápices, y demás utensilios artísticos. Para nosotros era algo normal el primer día, ya que en el bar se reúnen diversos artistas los cuales crean bocetos de sus próximas obras, de las diversas disciplinas que se pueden pensar. Sin embargo, este joven llamaba la atención por el silencio, la solemnidad y el grado de concentración que formaba una parte del lugar.

Retrataba el espacio, los trazos, los colores y algunos borrones acompañaban su estadía. Durante una semana, como si se tratase de una cita, sin falta ocupó el mismo lugar, sin ser molestado por el tránsito habitual, los gritos, la música, las risas; nada hacía que perdiera su concentración. El séptimo día fue el que menos tiempo paso en el bar, realizó varios trazos, retoques, se tomó varias cervezas como manera de festín. En el momento de pagar, además del dinero, llamó a la señora Cecilia, y se lo entregó, como forma de presente.

Las pocas palabras que pronunció fueron “la próxima semana viajo a México”. Durante un tiempo después de ese evento intentamos conectar a este artista, pero nos fue imposible. Como asisten tantas personas, es imposible recordarlos a todos, no obstante, pensamos que él tiene una conexión

con el lugar de memoria[11] y, con ese ritual simbólico, realizó una especie de despedida.

Varios años después retornó al bar y para sorpresa suya, la obra que realizó como homenaje para nosotros (y también para él), lo está esperando en un espacio público, abierto. Según Villa y Avendaño (2017) "El discurso de la memoria es complejo, la constitución de memorias con sus narrativas, performances, obras de arte, rituales y monumentos debe ser un espacio abierto, plural, democrático y público, para que no sea el "territorio de unos cuantos" (p. 520).

11 Sea al mismo tiempo un lugar de conciencia, un imperativo ético, que establezca un puente tanto con el pasado como con el presente y el futuro (Villa & Avendaño, 2017).

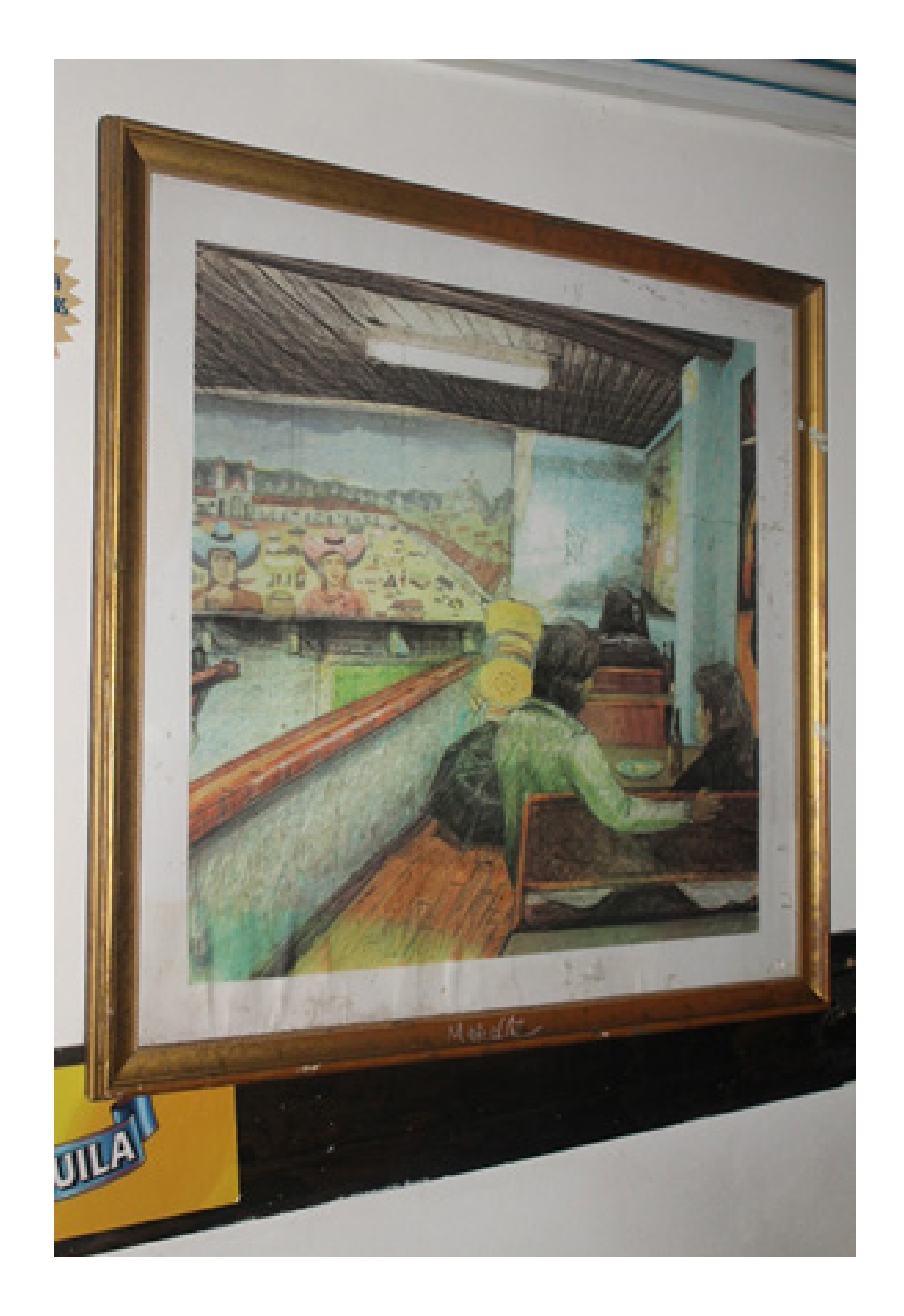


Figura 9. Dibujo donado al bar, fotografía: Rincón, E., 2018.

El imaginario de la familia en un retrato, el contexto en la imagen hace que mude su forma de ver (Figura 10) cuando se frecuenta el lugar. En este sentido, se puede pensar que la imagen obedece a la estética del gusto por una región específica, como algo popular, pero en ella se centra la historia entre la señora Ceci y su esposo. Los retratos que aparecen en la parte inferior son la señora Cecilia y su esposo Daniel; exponen una estética llanera, utilizando los sombreros como símbolo de su lugar de origen; ellos fueron criados en esta región, es una especie de homenaje.

Además, este cuadro fue un encargo, su primer cuadro, el cual los ha acompañado en los anteriores lugares comerciales que ellos emprendieron. Esto puede ser una simbología de su experiencia sobre cómo labraron su vida personal, familiar y empresarial. También encontramos la lectura de poder[12] tradicional, como aquellos retratos reales que se realizaban en las cortes europeas con el ánimo de inmortalizar la imagen como herramienta narrativa de autoridad. Sin embargo, en esta imagen el retrato no está ceñido a la mimesis, a la copia de la realidad, es una expresión más simbólica.

En el fondo de la imagen se reconocen varios iconos de la ciudad como Monserrate, la Catedral Primada, pero mantiene la idea de la Bogotá colonial. La plaza de Bolívar funciona como una plaza de comercio; muestra una especie de riel, que puede funcionar como índice del tranvía que recorría esta parte de la ciudad. Carece de una perspectiva académica, pero mantiene la línea de la estética popular; enriquece la propuesta del bar, convirtiéndose un objeto de valor simbólico en la forma que interpreta la historia familiar y la apropiación y reconfiguración de la urbe.

---

[12] Para la historia, no son apenas los lugares de memoria importantes, también los productores y creadores de la memoria, una vez que se percibe en la sociedad del siglo XXI, la importancia del papel que la memoria colectiva desempeña, si consideramos el proceso de desenvolvimiento de las sociedades y se observa que esa memoria, además de una conquista, es un instrumento, es un objeto de poder (Mara, s.f.).



Figura 10. Pintura alegórica bar de Doña Ceci, fotografía: Rincón, E., 2018.

Anteriormente, la imagen de la Mona Lisa (copia) estaba en el primer piso, pero en una pequeña modificación del lugar se retiró, dándole espacio al retrato familiar. Algo similar sucedió con la imagen de la última cena y un retrato familiar; por motivos de seguridad, se pensó que estas imágenes podrían ser víctimas de algún tipo de intervención o apropiación visual. Esto generó una gran preocupación por parte de la familia, sin embargo, la señora Cecilia tenía otra idea; para ella son de gran importancia, en términos dogmáticos y emocionales.

No obstante, ella cedió a las sugerencias y ahora habitan en su habitación y el comedor familiar, de esa forma se pudo generar una especie de conservación en las imágenes. Este tipo de imágenes provenientes de las tradiciones estéticas centro europeas, posiblemente están relacionadas a dos (2) tipos de miradas. La primera, lo moral como ritual sacro que acostumbra a erigir en las casas de creencias católicas; la segunda, la estética como una forma de pensar el gusto tradicional del arte más popular.

> Representaciones como estas proponen la articulación intangible de preceptos morales que se aglutinan naturalmente. Estas obras evidencian la reciprocidad existente entre los objetos y símbolos tradicionales. En consecuencia, el arte popular es una herramienta que divulga novedades semánticas para sobreponerse a la propia existencia. De esta manera, el caldo de cultivo de las relaciones sociales se define tanto en la moral como en la estética. Así como las devociones religiosas dependen de una sensibilidad compartida que se cultiva a través de la articulación de juicios comunes, la estética, en tanto percepción derivada del arte, también connota subordinación a esa misma sensibilidad, pero para sugerir la aparición de nuevos significados. Estas semánticas anónimas son una suerte de depósito oculto que reanima la disputa entre el ser y el pertenecer. (Bolaño, 2016)

El color como símbolo del pertenecer. Es importante el reconocimiento tonal de un espacio; las diversas sensaciones que se pueden experimentar con el tono pueden estar contrastadas por la necesidad. El color en el bar de Ceci varía según la visión o el gusto de los propietarios y está mediado

por una razón de higiene; en gran parte del establecimiento predomina el color blanco, en pintura de aceite, un tipo de exigencia por parte de la salubridad. No obstante, también se crea una relación casi museística o, como muchos otros lo denominan, el cubo blanco[13]. Por sugerencia de su hijo Freddy, en el tercer piso el blanco es importante para que las creaciones de su hijo tengan una idea más plástica.

Anteriormente, la señora Cecilia mudaba de color cada dos (2) años, ahora este cambio se hace cada seis (6) meses. Esto cumple se cumple por diferentes funciones: la estética y la sanitaria. Esto es, puede pasar de azul a verde y después a crema, todo depende de la selección que realice la señora Cecilia; entonces, podemos sentir que el color es un evento emocional en el lugar.

Uno de los lugares más representativos, es la reja de la entrada, por ser la puerta de entrada; siempre se ha utilizado el color verde, puede ser una costumbre, pero está asociado al color de la entrada, la luz del lugar. El bar nunca ha pretendido utilizar una escasa iluminación, característica de algunos bares o discotecas; sigue manteniendo aquel lenguaje de tienda tradicional, donde se puede ver los productos y el transitar de los clientes, sin importar la hora de la tarde o de la noche en la que asisten los usuarios. Además, esto también es un producto físico, ya que la señora Cecilia padece de un pequeño abandono visual y esto haría más compleja labor. Asimismo, se mantiene la estética característica de la tienda de barrio tradicional donde algunos se reúnen a degustar una cerveza; es una especie de híbrido empresarial, su imagen y tradición nos traslada a un tipo de lugar popular, pero que legalmente figuran como un bar.

---

[13] La noción de ese espacio "neutral", un lugar sin expresión ni mensaje, en el que se expone arte, es denominada como el "cubo blanco". El cubo blanco fue concebido como la extracción de la arquitectura de la escena para una mejor comunicación entre el arte y el espectador, o para remarcar y realzar la narrativa o la expresión de la obra de arte en exhibición (Cano, 2019).

Sin proponérselo, el bar de Doña Ceci es un espacio temático, como reminiscencia de su propio pasado. En el momento en que Doña Ceci no esté en este plano dimensional, algunos de sus herederos se les puede pasar por la cabeza en cambiar parte de la estética, posiblemente para pasar a ser algo más actual en términos del mercado. Sin embargo, creen que el espacio puede perder su aura y los clientes van a este lugar en parte por su apariencia. Así, según Arthur Danto, este tipo de interpretación se debería clasificar en significados estéticos del lugar en analogía a una escena.

> Se debe poder distinguir su *significado vulgar o natural* respecto al *significado simbólico-virtual o icónico* que de un modo inesperado le puede sobrevenir al situarlo en un nuevo contexto totalmente diferente, pudiendo dar lugar a un auténtico efecto de tipo ilusionista, aunque sin necesidad de recurrir ya a ningún tipo de truco o artificio como hasta ahora era habitual, como simple consecuencia de la mera puesta en escena que se lleva a cabo. (Danto, 2002)

La relación del color del espacio y las diversas posibilidades de intervención o apreciación estética del lugar hace que este tipo de espacios sean escenarios en constante diálogo con las memorias visuales. Como se vive el arte urbano en el bar de Doña Ceci, reconocen que está ubicado en unos de los lugares de la ciudad con mayor afluencia de este tipo de expresión. El bar es ampliamente tolerante con todo tipo de expresiones culturales, las calles aledañas son decoradas con grandes obras que imprimen color a la urbe, aquella que era reconocida por su tonalidad gris en los años pasados.

Sin dudarlo, el bar cree que existe un tipo de expresión que no comparten, los cuales ellos denominan como "rayones"; lo asocian a lo clandestino y vandálico, porque son totalmente innecesarios, no tienen un concepto, solo cumplen una función: la transgredir un espacio sin una necesidad política o estética. Este tipo de intervención agredió diversas imágenes como cuadros antiguos que decoraban el lugar y cuando decidieron mudar algunas imágenes antiguas del lugar por las realizadas por el hijo (Freddy) de la señora Cecilia, la atención hacia este tipo de expresión fue mayor.

Las imágenes que iban a cambiar detectaron que fueron intervenidas, con nombres, números de teléfono, pero en especial por líneas que demostraban una realización rápida, lo que comúnmente denomina "rayones". Esta última denominación hace parte a su vez de una estética de inicios del siglo XX, el rayonismo[14], el cual consiste en realizar una serie de trazos sin estar mediado el concepto de la mimesis en la representación.

En algunas partes del bar, las imágenes se convirtieron en piezas únicas. La publicidad tradicional, la cual se acostumbra a intervenir como una acción sarcástica o de denuncia, tendría otra mirada. Pinturas realizadas por Freddy, comenzarían a decorar el lugar. Encontraban personas interviniendo las imágenes, les llamaban la atención y perdieron varios nuevos clientes por su acto vandálico, haciendo un trabajo casi pedagógico con el bienestar de las imágenes del bar.

En el bar piensan que se debe diferenciar rayar un trabajo plástico a rayar una pared. Esta última se entiende por los diferentes factores que presumen tener un espacio vertical, como la ironía de las relaciones, o la clandestinidad de la posición política o deportiva, comunicados recurrentes en este espacio donde la catarsis anónima[15] es bastante representativa.

En la actualidad, las imágenes están al alcance de los clientes, su cultura hacia la representación ha cambiado, dejando atrás las agresiones con la imagen. Sin embargo, algunas paredes son más deseadas a la acción de intervención que otras y, con algo de ayuda de los materiales, es más sencillo borrar las evidencias gráficas; decidieron utilizar azulejos en algunas zonas, y con la pared cerámica es mucho más fácil su limpieza y más complejas las intervenciones.

---

14 La pintura es autónoma, tiene sus formas, su color y su tonalidad. El rayonismo tiene como finalidad las formas espaciales que pueden surgir de la intersección de los rayos reflejados por diferentes objetos, formas sacadas a la luz por la voluntad del artista (Larionov, 2009, p. 7).

15 El mensaje del graffiti: toda palabra o imagen atrae la mirada del observador y, si es de tipo sexual, es un anclaje más poderoso, porque a todo joven le llama la atención lo tabú, lo prohibido, lo oculto (Mosquera & Djukich, 2001).

Su acción pedagógica tuvo efecto literal con algunos intervencionistas gráficos que eran encontrados en flagancia. Eran armados de agua, jabón y esponjas para que, de forma simbólica, el producto fuese borrado por los mismos creadores, además, como un castigo casi judicial, tenía que ser resarcido con el olvido. Esto generó que el índice de estas expresiones bajara, en términos de producción; las mesas, las sillas y las paredes continúan siendo intervenidas; siguen siendo custodiadas por los meseros pues si estas están con algún rastro de injerencia gráfica, ellos deben limpiar, creando una especie de juego de policías y ladrones.

Ahora, si es complejo controlar un espacio público, qué decir de un espacio privado con características de público. El bar de Ceci, es un espacio público, hace que el tipo de apropiación sea mínima para algunos, pero cuando el espacio tiene una relación íntima, como en los baños, en la propia casa de cada uno, en donde realizamos diferentes labores, personales y sociales, la mantenemos ordenada y limpia. Esto sucede con la familia de la señora Cecilia, literalmente, este espacio es su casa; en ella jugaron sus hijos, realizaron sus tareas escolares, celebraron y hasta sufrieron.

Por lo anterior, consideran una especie de irrespeto cuando intervienen su casa, crean la analogía con los infractores, suponiendo la idea de rayar su espacio privado. Por otra parte, el bar mantiene una estética, pero no compartimos cuando sentimos que es un acto vandálico, y para mantener la estética del lugar, limpiamos periódicamente las mediaciones gráficas, reconociendo que ellas emergen como un sistema de comunicación de los clientes. Por otra parte, es conveniente realizar este tipo de limpieza en los muros, especialmente en los baños, porque esto genera un tipo de imagen de la administración del lugar. Esto, en relación con el concepto de patrimonio, el cual establece que tener en buenas condiciones un espacio, para para muchos es simbólico. Esto se puede entender como las políticas emergentes, comprendidas desde el proceso de creación, calificando a los sujetos que realizan la intervención como artistas y todo lo que rodea estos imaginarios en cultura.

> Intervención —contrariando la política pública de preservación y alentando el trabajo de los que ahora son considerados “artistas plásticos”—, y obviando el hecho de la discusión que se suscitó sobre el arte urbano en relación con la ciudad, consideramos que el debate gira especialmente en torno a la concepción más arraigada de patrimonio como un objeto suspendido en su tiempo histórico, intocable e incuestionable: un cuerpo que, en diálogo permanente con lo que Néstor García Canclini llamó *lo emergente*, esto es “los nuevos significados y valores, nuevas prácticas y relaciones sociales”, aparentemente no puede modificarse en razón de su papel como representación de una única identidad y como referencia insoslayable de un lugar, de su pueblo y su cultura. (Pérez, 2015)

La hija de la señora Cecilia, Sandra, es funcionaria en la alcaldía de la Candelaria hace varios años, trabajando de cerca con el concepto del graffiti y, como es de conocimiento público, Bogotá es una de las capitales del mundo con mayor impacto del arte urbano. Sandra reconoce que la concepción del arte urbano ha cambiado sustancialmente, antes era asociado a un tipo de vandalismo; eran intervenciones espontáneas que agredían un espacio con lo gráfico y lo conceptual.

No obstante, lo que se realiza en la actualidad es una relación de gestión con estructuras conceptuales importantes. Reconocen el territorio en el que van a realizar la ejecución gráfica, establecen diálogos con los dueños de los predios, presentan una serie de bocetos, entrando a una especie de comunión o de formato editorial para concretar las piezas. En buena parte, esto motivó a que algunos dueños de fachadas de la Candelaria prestaran y participaran en la re-simbolización de este parte de la ciudad, donde lo contemporáneo dialogó con el elemento clásico del lugar. Aquel programa distrital fue algo que impactó a toda la ciudad, y a nosotros mismos, pues muchos de los artistas urbanos son clientes que frecuentan el bar.

La gráfica urbana tiene un olor característico. En la parte del sótano del bar, emana un olor particular, como pintura en lata, cada vez era más fuerte en

la parte de la administración. Entonces tomaron la decisión de ir a ver qué provocaba este tipo de olor:

> Para sorpresa de nosotros, un artista está dentro del baño, armado con un par de aerosoles. Nuestra reacción en primera instancia fue de reclamo, sin prestar atención en la imagen. Él, de manera muy atenta, algo apenado nos contesta que lo dejen terminar su trabajo, si es necesario, él paga la pintura del lugar para restaurar de nuevo ese espacio. Entonces, miramos su trabajo desarmados por su respuesta, y era una pieza hermosa, un rostro femenino, en grises. Esto le daba un gran toque al lugar, distinto cuando encontrábamos clientes rayando los baños con líneas o frases; era una imagen que decoraba el lugar de tal forma de consideramos que ella debería permanecer allí.
>
> Como era una costumbre la pintada del bar cada seis (6) meses, el primer semestre nos negamos a taparlo porque era una pieza icónica del sótano, pero cuando se es dueño de un establecimiento como este, se presentan eventos que el público habitualmente no entiende. La humedad, el humor y las energías propias de los baños hace que sea un espacio complejo de mantener; las paredes si no son de azulejos, se tornan de un color amarillo y la limpieza propia, en la que se ven expuestos, hace que este tipo de representaciones sean realmente efímeras. Luego de dos (2) años decidimos taparlo con pintura, para nosotros fue una decisión algo dura porque se había convertido en la imagen del sótano, pero esto nos podría conducir a una problemática de sellamiento del lugar por sanidad, además, la imagen perdió su impacto gracias al ambiente que en transita.
>
> Esto nos hizo pensar al principio que era bueno un tipo de decoración para los baños, pero después de esta experiencia, entendimos que es complejo mantener un tipo de gráfica dentro de los baños cuando su ambiente es algo hostil. Por otra parte, después de esta experiencia, mi hijo Freddy (artista plástico de la Universidad Javeriana), tomó la decisión de hacer un mural en el sótano, pero el desgaste que sufría era similar; el contacto físico desgastaba la pintura, era complejo de restaurar.

> De ese modo se tomó la decisión de no tener más intervenciones similares a la gráfica urbana, porque nos duele ver como la imagen se deteriora, siendo una analogía con el proceso biológico de alguna especie, donde el paso del tiempo hace que se deteriore. Ahora cuando pensamos en imagen, preferimos algo más tradicional como el lienzo, ya que este, se puede restaurar con mayor facilidad, además, tiene más durabilidad, porque el impacto físico es menor que las intervenciones en las paredes, además, las pinturas se pueden ubicar en diferentes lugares cambio el esquema estético del lugar.

El arte urbano, para el bar de Ceci, debe estar asociado al concepto de lo bello, de lo estético como algo lindo; las intervenciones que normalmente se realizan en espacios privados, imitando el concepto de la calle, se quedan en rayones, como una interrupción abrupta del silencio que habita un espacio. El arte puede estar asociado a la libertad, sin embargo, entendida en términos de lo público y lo privado tiene fronteras físicas e invisibles; llega hasta donde se pone en riesgo o incomodidad con el otro.

En este sentido, la conversación toma como ejemplo la obra de Joseph Beuys con su acción *Me gusta América y a América le gusto yo*[16] (1974) la cual asocia el concepto de la vida y la muerte, y como esta realiza un acto complejo de entender, donde la muerte es la mediadora de la obra.

Pero el arte urbano o el graffiti supone no tener un tipo de riesgo amplio, el riesgo que presenta obedece a otros tipos de comportamiento, por ejemplo, químico. Sin embargo, vivimos dentro de una sociedad que es difícil

---

[16] Es una acción realizada en el año 1974 como inauguración de la galería Rene Block en Nueva York, donde Beuys es invitado a pesar de que sus posicionamientos anticapitalistas y antibélicos hacían que no fuese elogiado por todos en ese país. Viaja desde Düsseldorf y a su llegada a la ciudad fue trasladado desde el aeropuerto John F. Kennedy en ambulancia y envuelto en fieltro hasta la galería, evitando así pisar suelo estadounidense. En la galería a petición suya hay un coyote, animal sagrado para los indígenas de América del Norte, símbolo de lo salvaje y de la supervivencia. Beuys y el coyote Little John pasaron juntos jornadas de ocho (8) horas durante tres (3) días, en los cuales Beuys realizó una serie de rituales. Entre los elementos de la acción destacan: el fieltro, que inicialmente le servía a Beuys de protección, al igual que un bastón; y el azufre que Beuys esparció por todo el espacio, seguramente para, tal como en alquimia buscar una transformación, reconstruir la materia como una afirmación de unidad y reconciliación. Al final de la convivencia Beuys logra que

de descifrar y ser grafitero o artista urbano; también es una profesión peligrosa porque se comunica con lo clandestino, lo secreto, lo oculto. Basta recordar a Andrés Felipe Becerra, un joven asesinado[17] por un miembro de la policía en el año 2011.

Algo paradójico se presenta en la representación del grafiti en la ciudad de Bogotá, porque en analogía con esta historia trágica, se recuerda la intervención del cantante de música pop norteamericana Justin Bieber. Una parte del cuerpo oficial de la policía lo protege para que realice una expresión gráfica en la calle veintiséis, entonces, eso cuestiona el concepto de lo público y lo privado. Todos debemos tener los mismos privilegios y prohibiciones frente a lo público, sin embargo, esta intervención fue duramente criticada por la alcaldía de turno[18].

Además, dónde quedan los artistas que invierten grandes horas de estudio en sus obras y tienen que entrar en las dimensiones de lo anónimo, porque este tipo de representación se aleja bastante al grafiti político (realizado en décadas pasadas y recordado en las manifestaciones); aquel realizado de forma rápida y con un par de frases, cuestionaba la relación entre Estado y sociedad. La actualidad del arte urbano indica una inversión en tiempo

el coyote permita su acercamiento. Esta vinculación o gesto de unidad y reconciliación dan fin a la acción y Beuys regresa a Alemania sin haber tenido ningún otro contacto más que el coyote en su estadía en Estados Unidos, como acto de protesta en contra de la guerra de Vietnam. En sus propias palabras la acción reflejaba: "la historia de la persecución de los indios norteamericanos, además de la relación completa entre Estados Unidos y Europa (...) Quería concentrarme sólo en el coyote. Quería incomunicarme, aislarme, no ver de Estados Unidos nada más que el coyote (...) e intercambiar roles con él". (Jaramillo & Eine, 2016)

17 Cinco (5) años y cinco (5) meses después de estos trágicos hechos lo único que se sabe es que el patrullero Alarcón le disparó por la espalda al artista urbano quien únicamente portaba en su mochila seis (6) latas de aerosol y otros elementos para pintar grafitis. Que los policías que llegaron al lugar ubicaron de manera predeterminada un arma de fuego para darle soporte a la versión del suboficial. (El Espectador, 2017)

18 El secretario de Gobierno de la ciudad, Guillermo Jaramillo calificó de ofensivos los hechos y afirmó que "es grave que lo haya acompañado la policía para darse el gusto ilegal de pintar un graffiti... es inaudito que un artista como este se burle de Bogotá y de Colombia. (Nos) hubiera pedido permiso a nosotros y hubiéramos buscado el sitio adecuado para que lo pudiera haber hecho sin tener que violentar la ley como lo hizo". Por su parte, el subcomandante de la Policía Metropolitana dijo que el comportamiento del cantante fue "sorpresivo" ya que, mientras Bieber hacía un recorrido por la ciudad, el carro en el que iba paró y en ese momento la función de los uniformados era la de garantizar su seguridad. (Semana, 2013)

para su ejecución (preproducción y producción) involucrando otras herramientas como la gestión pública y privada en la concreción de estos; hace que el oficio del grafiti en la actualidad sea una modalidad profesional de empleo, dejando de lado el preconcepto de artistas de poco manejo económico por su actividad.

> Otro factor importante de cara a la conexión del Graffiti con el Arte es la exigencia de que los escritores den un mínimo como profesionales. Esta cuestión puede sobrepasar al escritor ingenuo que no sabe dónde se mete al aventurarse por el entramado galerístico, donde se espera que el precio se correlacione proporcionalmente con cierta cualidad-calidad básica. Sin embargo, esa afirmación tiene varias lecturas. Por ejemplo, se hizo muy patente en los 80 que el Graffiti sólo podía abrirse hueco en la esfera de lo naif o lo 'outsider', salvo entre aquellos graffiteros que tuviesen cierta formación artística (escuelas de arte y diseño, facultades de bellas artes, etc.), que en su caso eran más fácilmente integrables en movimientos postmodernistas o transvanguardistas. Problema que con el tiempo desaparecería, cuando el mismo Graffiti se consolidó como un movimiento artístico autónomo, emancipándose de la necesidad más bien mercantil de emparentarse con la genealogía de los movimientos artísticos precedentes o en boga y favoreciendo la eclosión del Arte Urbano del siglo XXI. Imperativo por establecer un parentesco que respondía a una necesidad de encasillamiento, por cuanto suponía de aval comercial para una clientela altocultural. (Figueroa, 2014, p. 19)

La experiencia del bar de Doña Ceci, en la relación social con artistas, hace que el lugar se convierta en un centro cultural de las diversas escenas artísticas y Bogotá, como uno de los exponentes más representativos de la cultura actual del grafiti, no se distancia de este evento dentro del lugar; encuentra diversas dinámicas sociales en torno a la gráfica mediada por la idea del grafiti y el arte urbano en un espacio público-privado. Es vital encontrar que esta disciplina se ha profesionalizado, artistas de diferentes áreas mantienen un interés por este tipo de lenguaje, encontrando un camino profesional en su relación con el mundo contemporáneo.

Lo privado visto desde el bar de Ceci está presente en cada espacio, en cada mesa, en cada conversación, en cada objeto. Sin embargo, sigue mediado por un espacio público como un lugar de concentración de la diversidad, un espacio que refleja el concepto de tolerancia, el cual se ha dificultado en periodos sociales, en la consolidación de Estados-naciones, donde la palabra escrita era la forma de hacer política, y estos espacios dan cuenta que las sociedades pueden vivir en multiplex diferencia estéticas, políticas y culturales.

Los baños hacen parte de esa relación mixta del lugar, siendo un espacio público-privado, cumple funciones más próximas a lo privado. En él se encuentran frases de amor, desamor, como si de manera metafórica se utilizara como los árboles, aquellos que eran tatuados con las iniciales de dos (2) personas que se amaban. De esa forma las paredes de los baños funcionan como un ejercicio de memoria, utilizando el anonimato como dispositivo que activa la comunicación entre el sujeto creador y el sujeto que observa.

Las expresiones de cariño se extienden en muchas ocasiones a los equipos de futbol locales, en su mayoría, moviendo una pasión, que para muchos es incomprensible. Estos nuevos iconos de consumo de entusiasmo, euforia, camisetas y, hasta canales de televisión, crean un imaginario que toma forma en ocasiones en las paredes de los lugares público-privados. También esta doctrina acoge clubes internacionales, esto puede ser por dos (2) posibles relaciones sociales, la primera, la indudable transnacionalización que nos hablaba hace medio siglo Marshall McLuhan con su idea de aldea global, siendo una realidad con la conectividad y las tecnicidades actuales.

En segunda medida, el gusto de los nativos por el deporte más practicado alrededor del mundo como lo es el futbol, sin olvidar que la afluencia de extranjeros que visitan el bar, hace posible que el bar sea realmente en términos físicos una aldea mundial. Las paredes, las mesas y los baños se convierten en estadios simbólicos; los seguidores de los clubes grafican los

cánticos, los gritos (onomatopeyas) y las predicciones, pero también conviven con el concepto de la ironía, donde la intervención de grafismos ya realizados manipula, reorganiza y reinterpreta, entrando a una especie de discusión por medio del lenguaje gráfico.



Figura 11. Entrada carrera cuarta bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

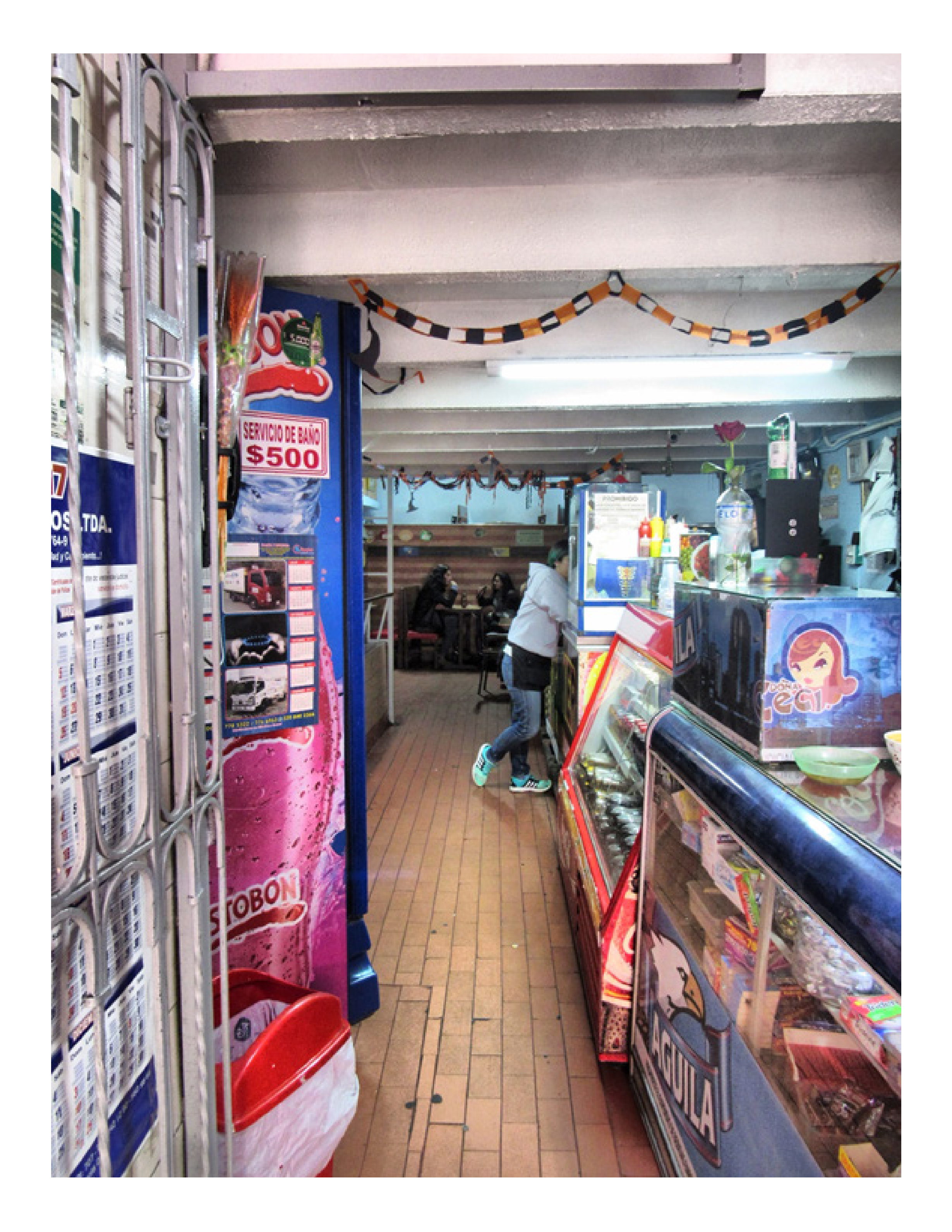


Figura 12. Entrada bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 13. Entrada bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 14. Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 15. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 16. Exterior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 17. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

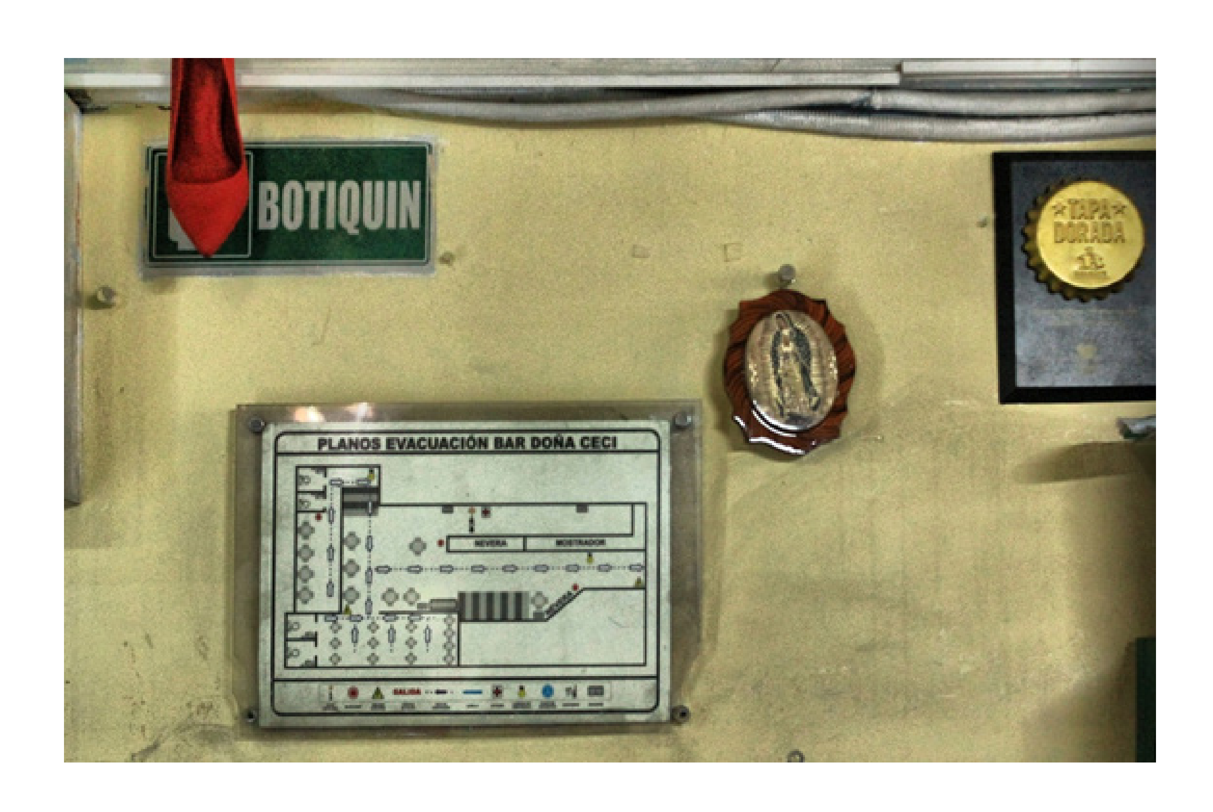


Figura 18. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 19. Detalle objeto del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

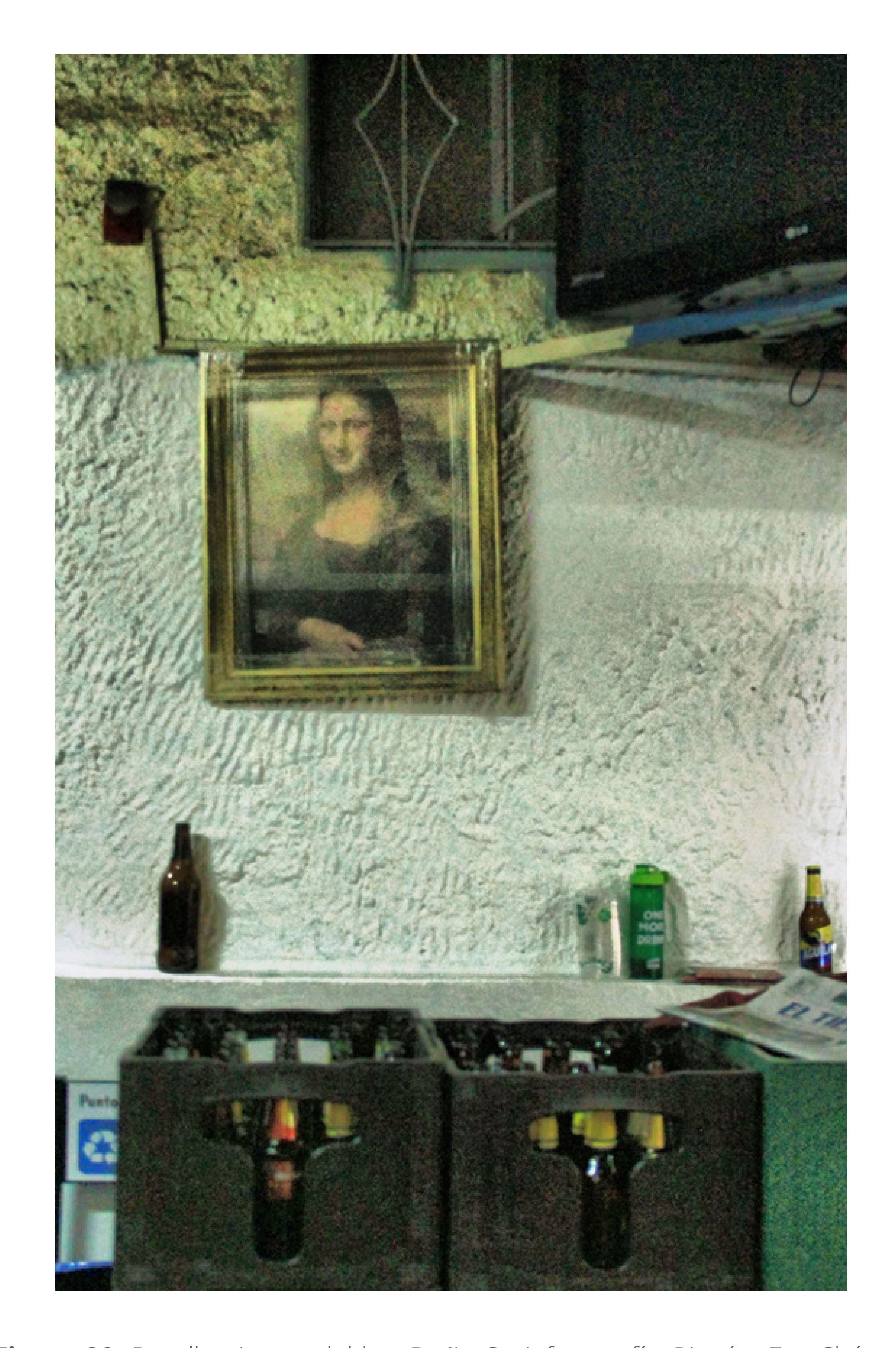


Figura 20. Detalle pintura del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 21. Detalles adhesivos del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 22. Detalle pintura del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 23. Detalle pintura del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

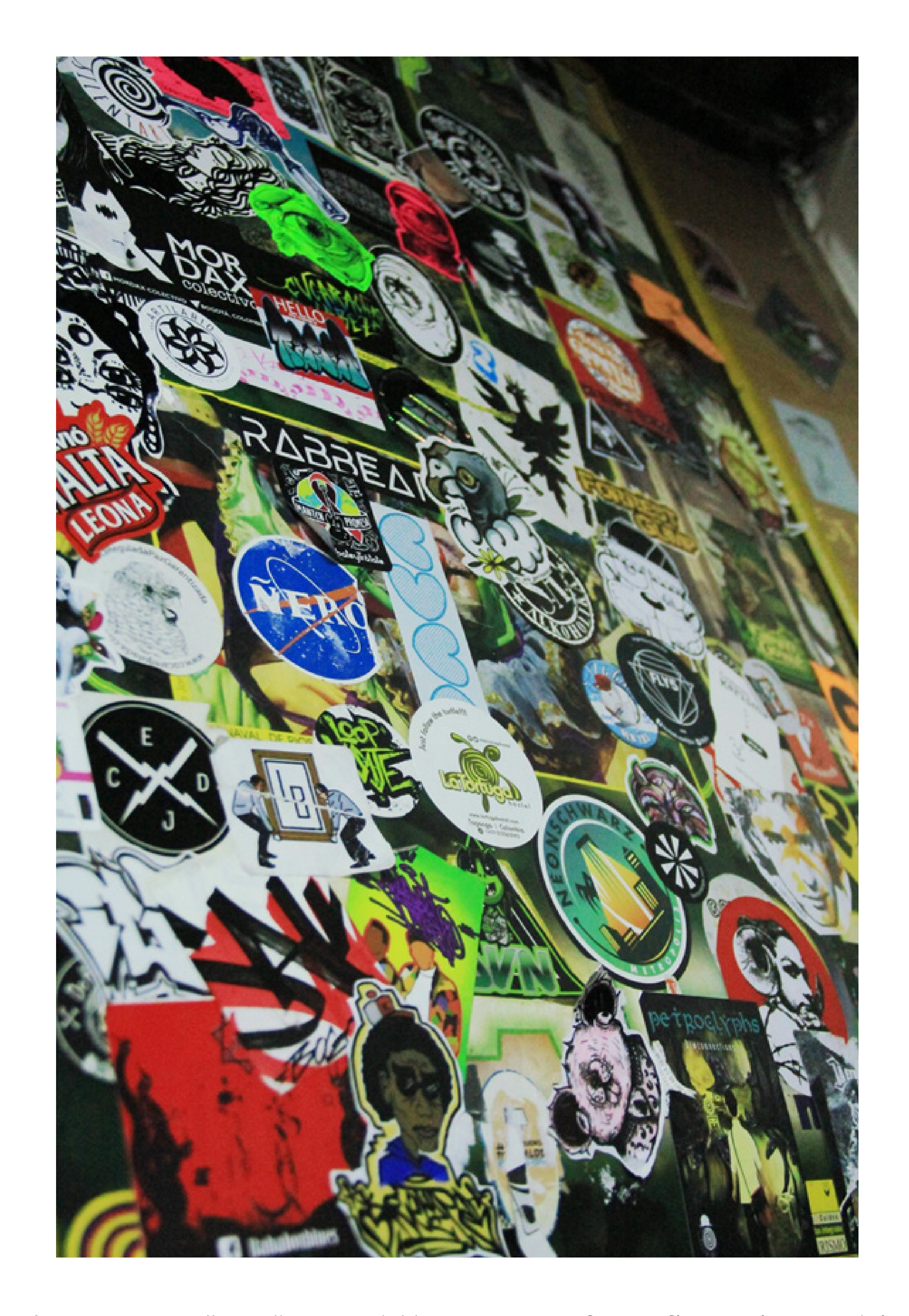


Figura 24. Detalles adhesivos del bar Doña Cec, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 25. Detalles adhesivos del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

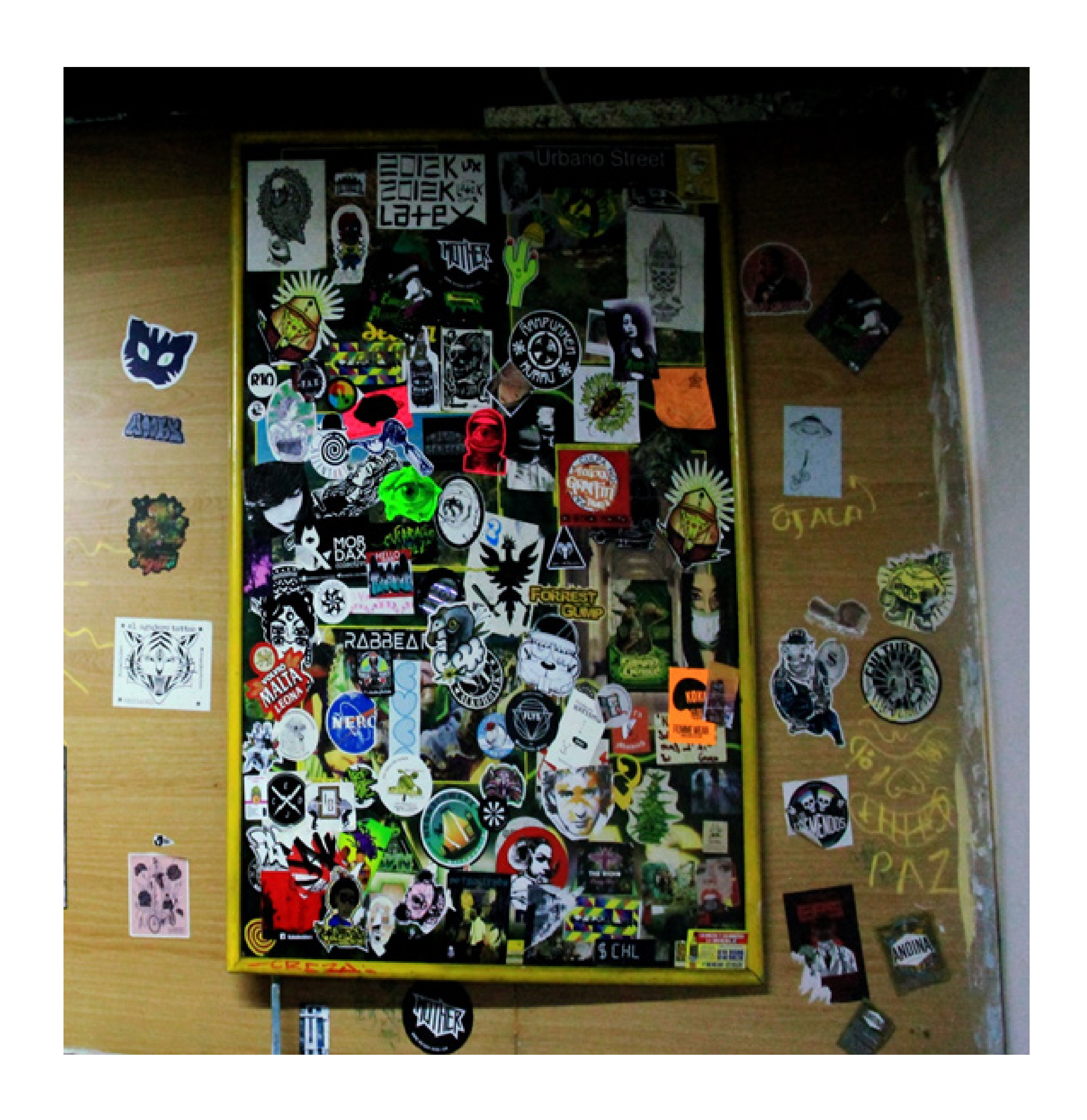


Figura 26. Detalles adhesivos del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 27. Pintura Freddy Clavijo del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 28. Detalle pintura del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 29. Detalle anuncios del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 30. Detalle anuncios del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 31. Detalle figura policía. La señora Cecilia fue madrina de seguridad del sector. El bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 32. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 33. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

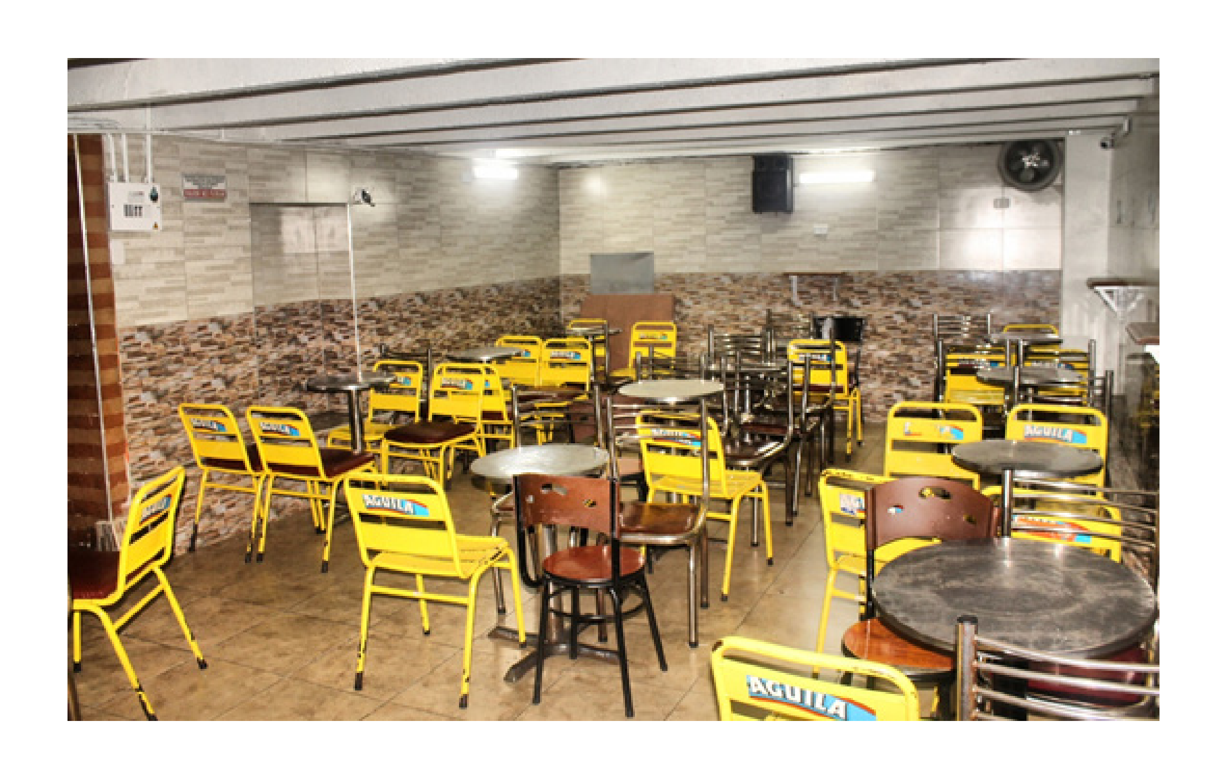


Figura 34. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 35. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

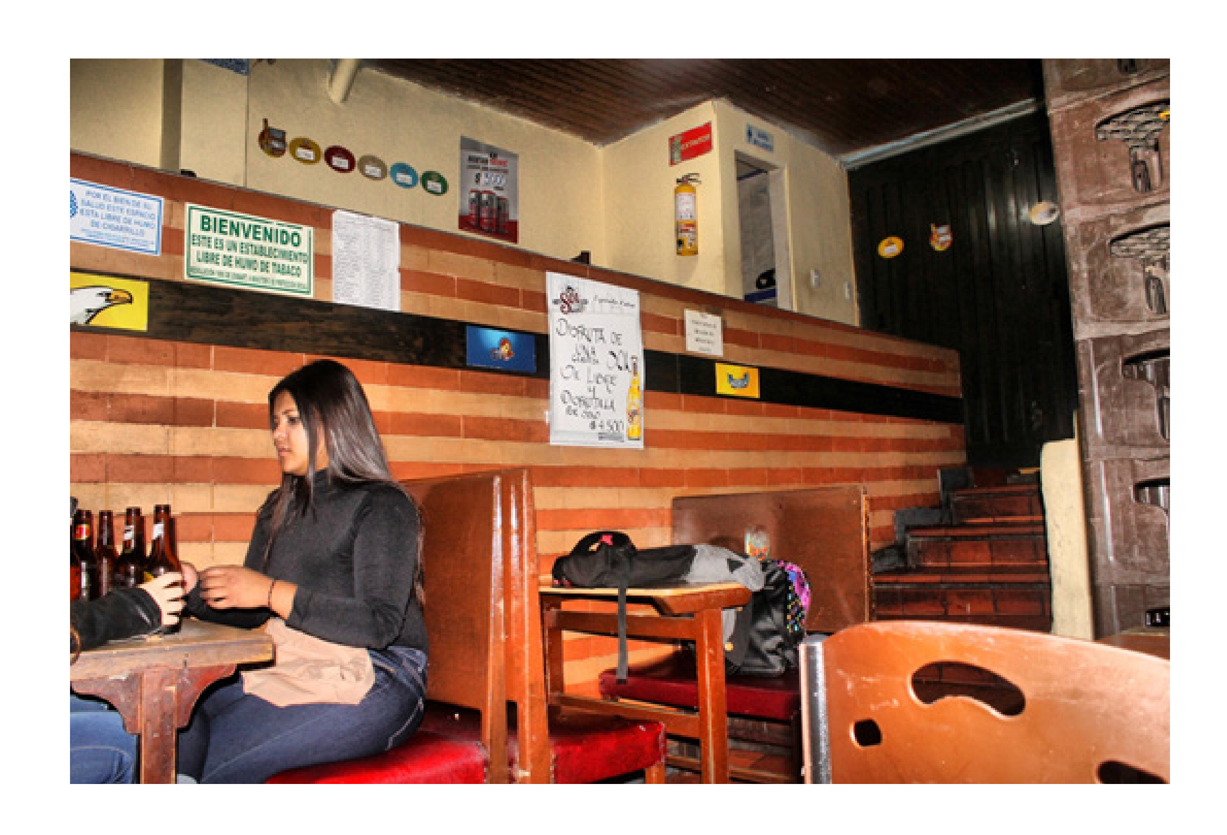


Figura 36. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

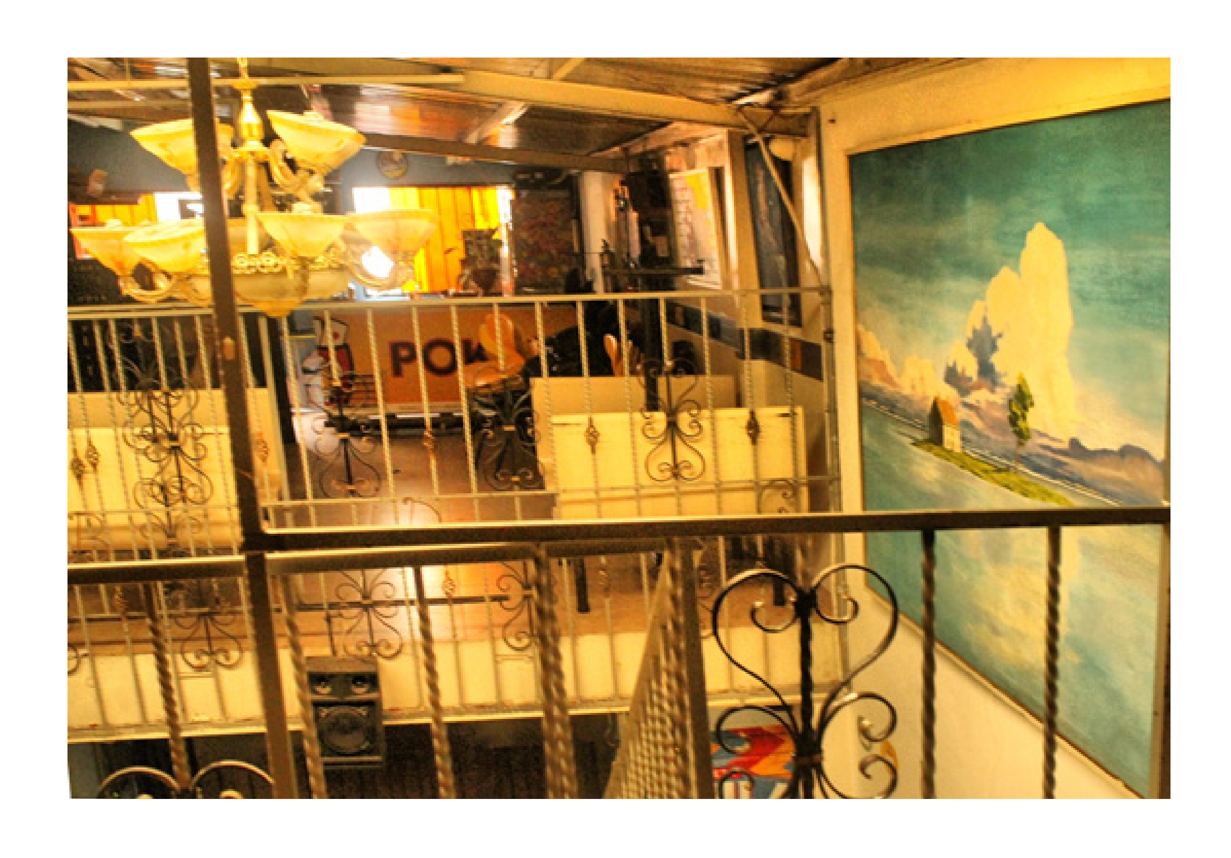


Figura 37. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 38. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

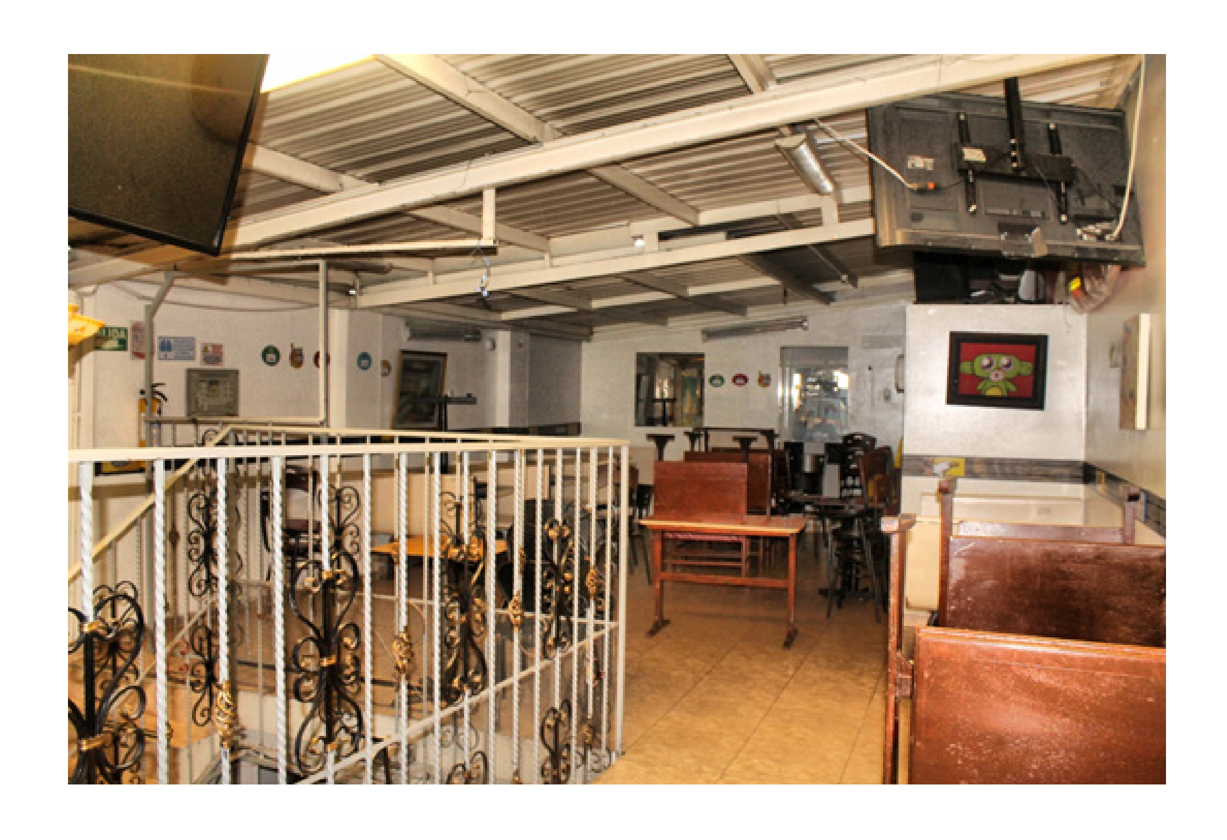


Figura 39. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 40. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 41. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

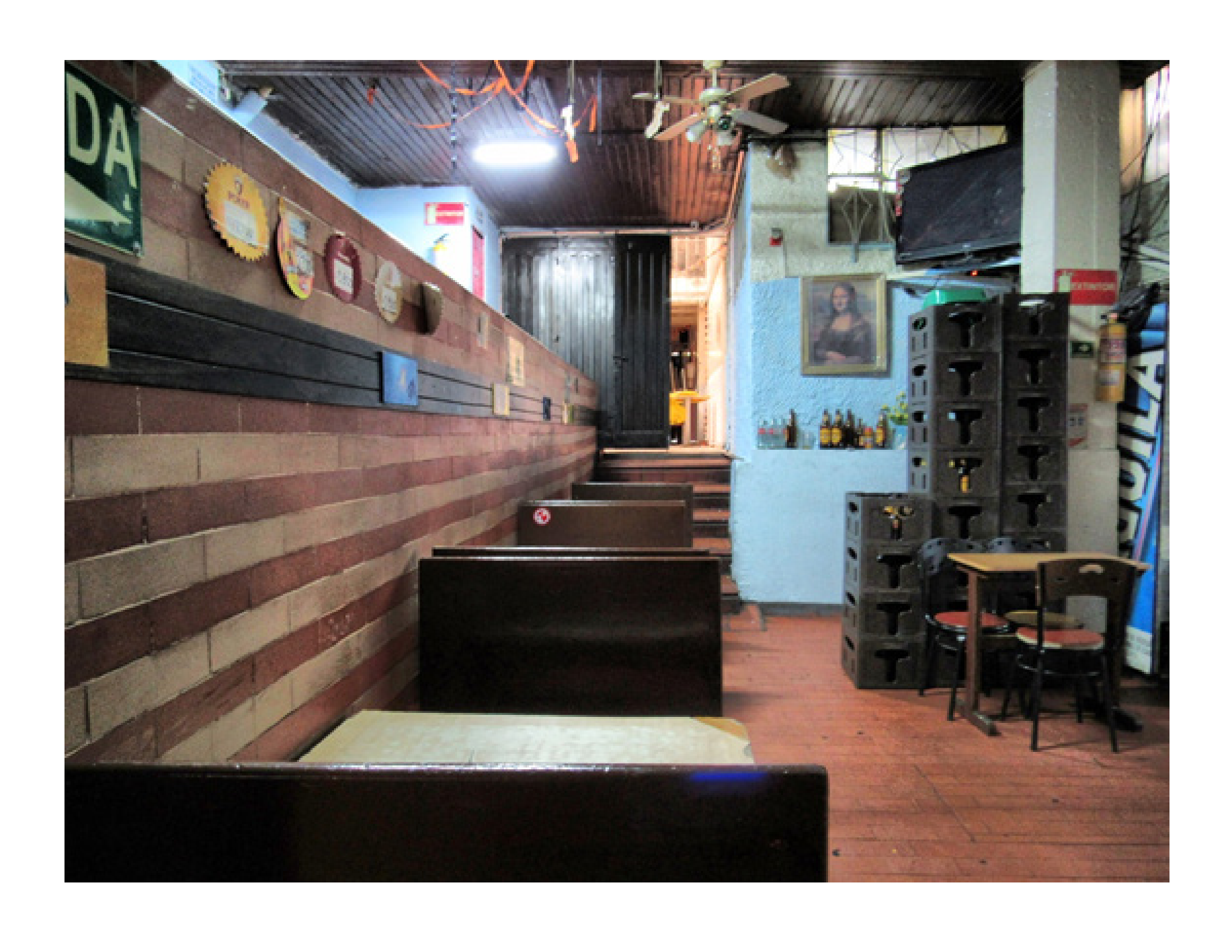


Figura 42. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 43. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

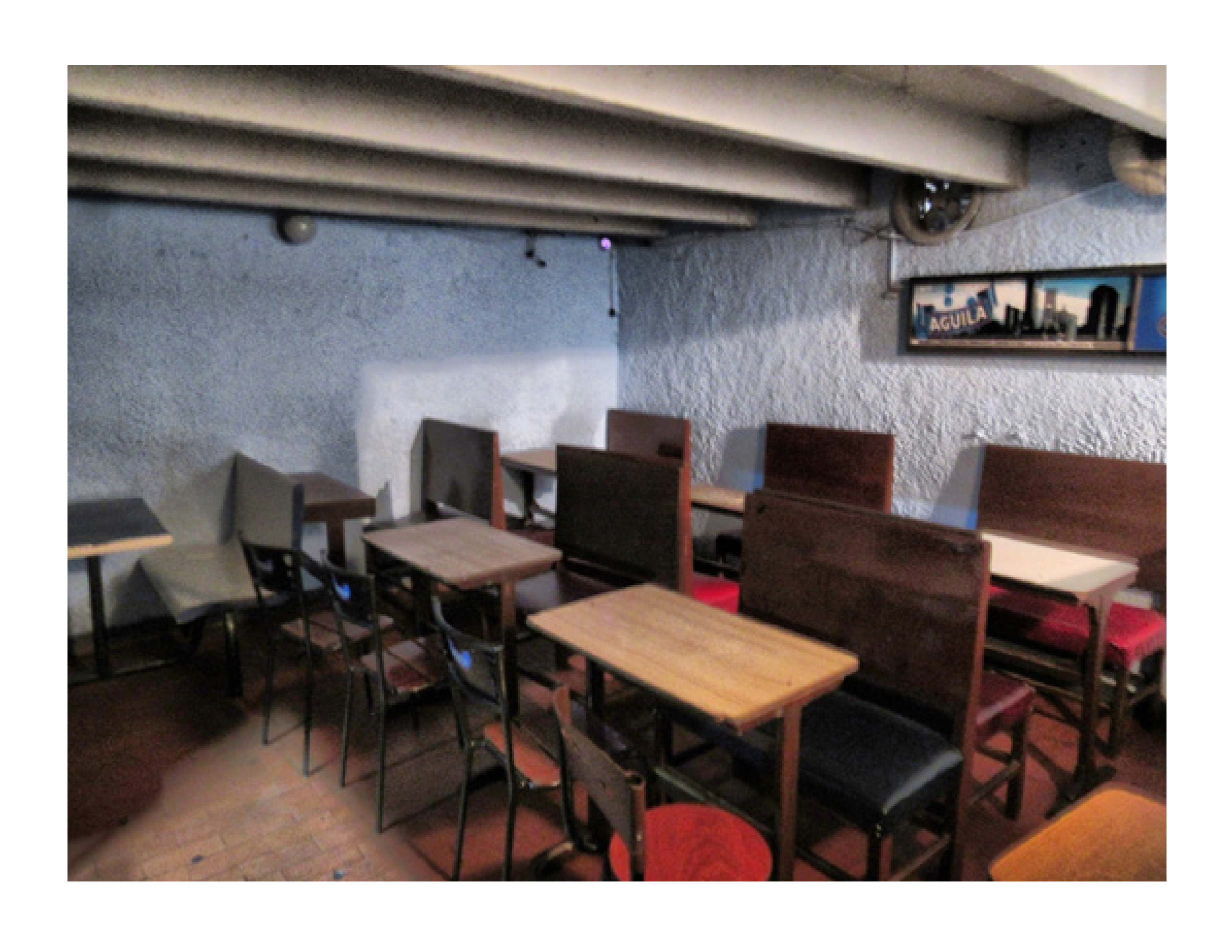


Figura 44. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

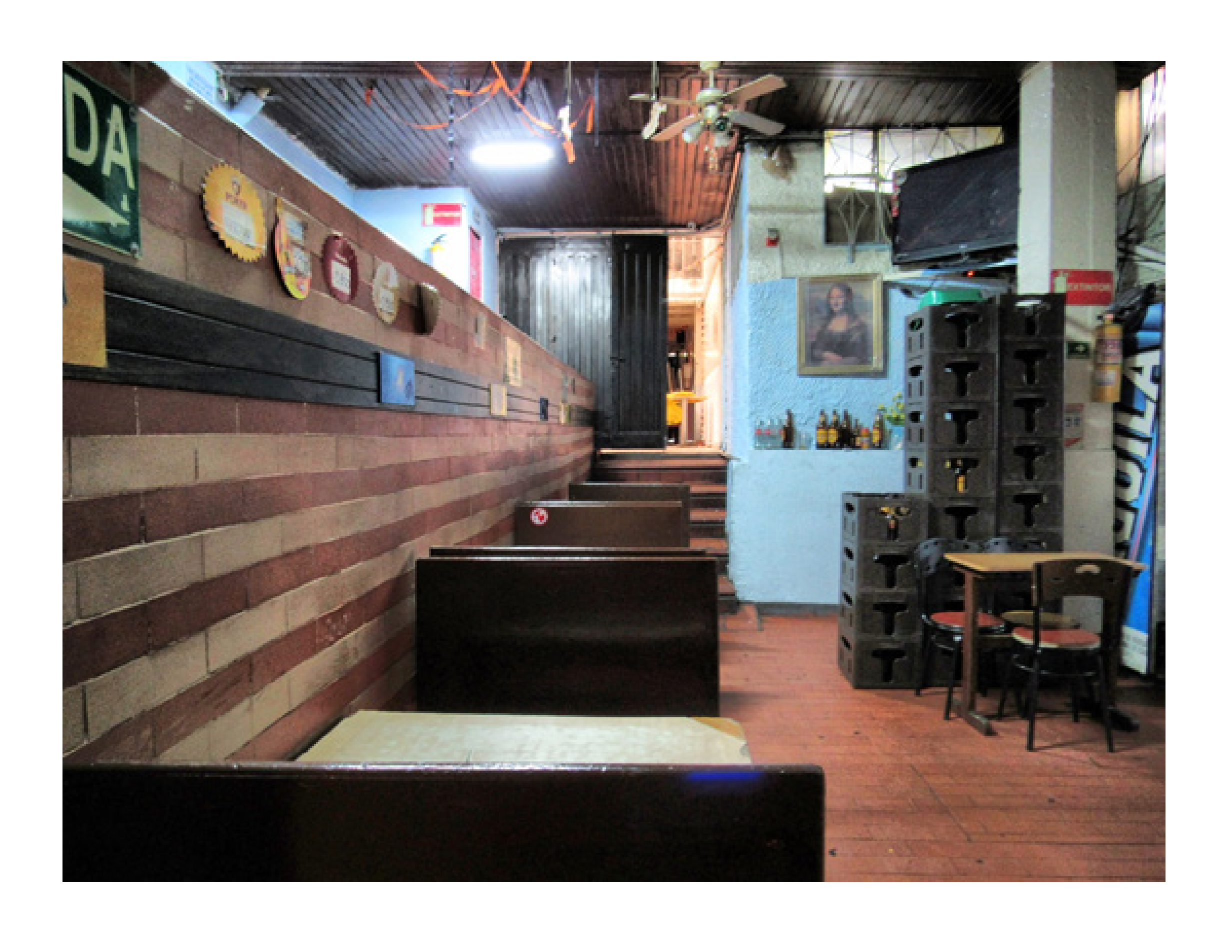


Figura 45. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 46. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 47. Interior del bar Doña Ceci. Baños primer piso, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 48. Interior del bar Doña Ceci. Baños primer piso, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

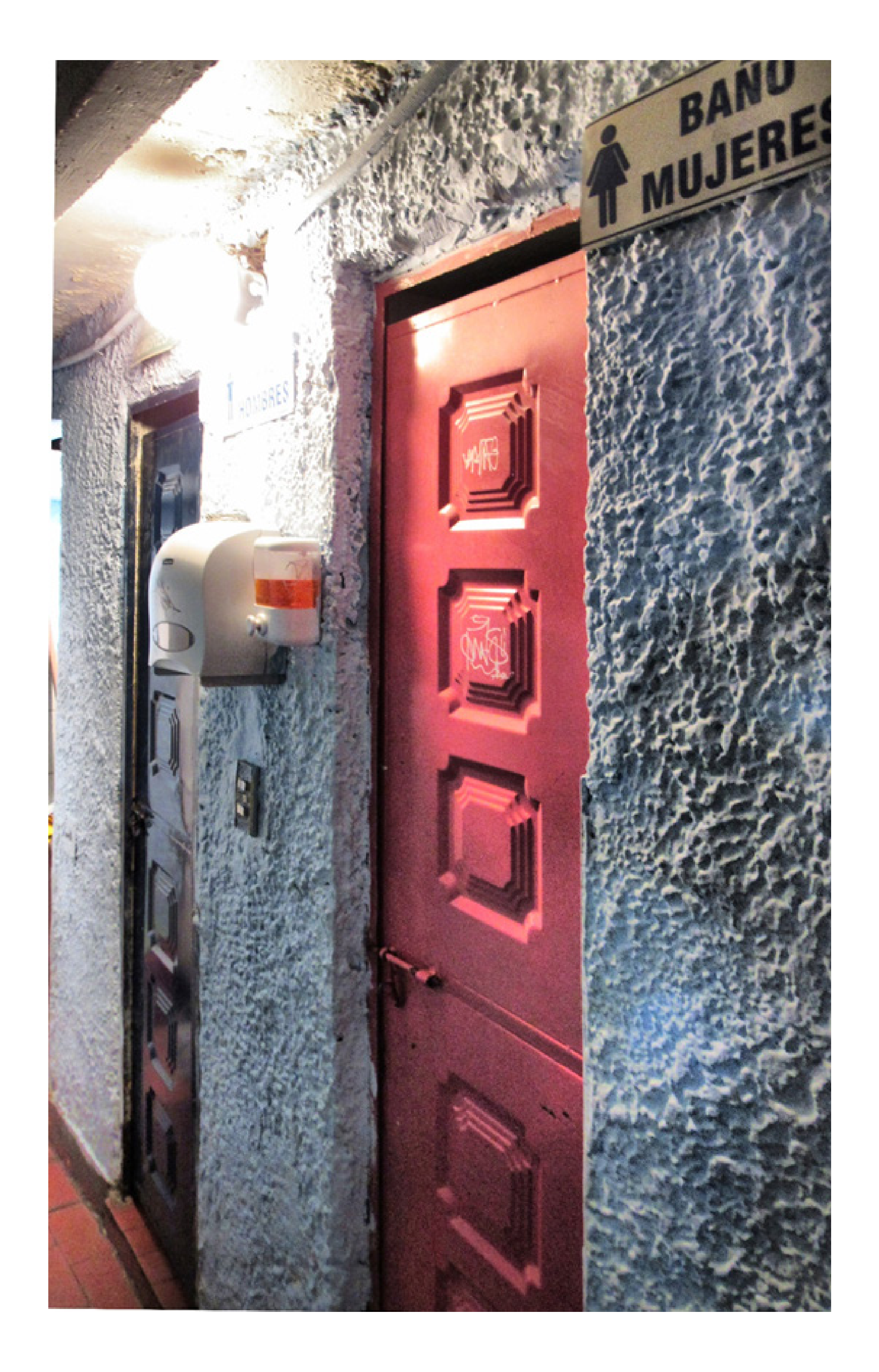


Figura 49. Interior del bar Doña Ceci. Baños primer piso, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 50. Interior del bar Doña Ceci. Baño altillo, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

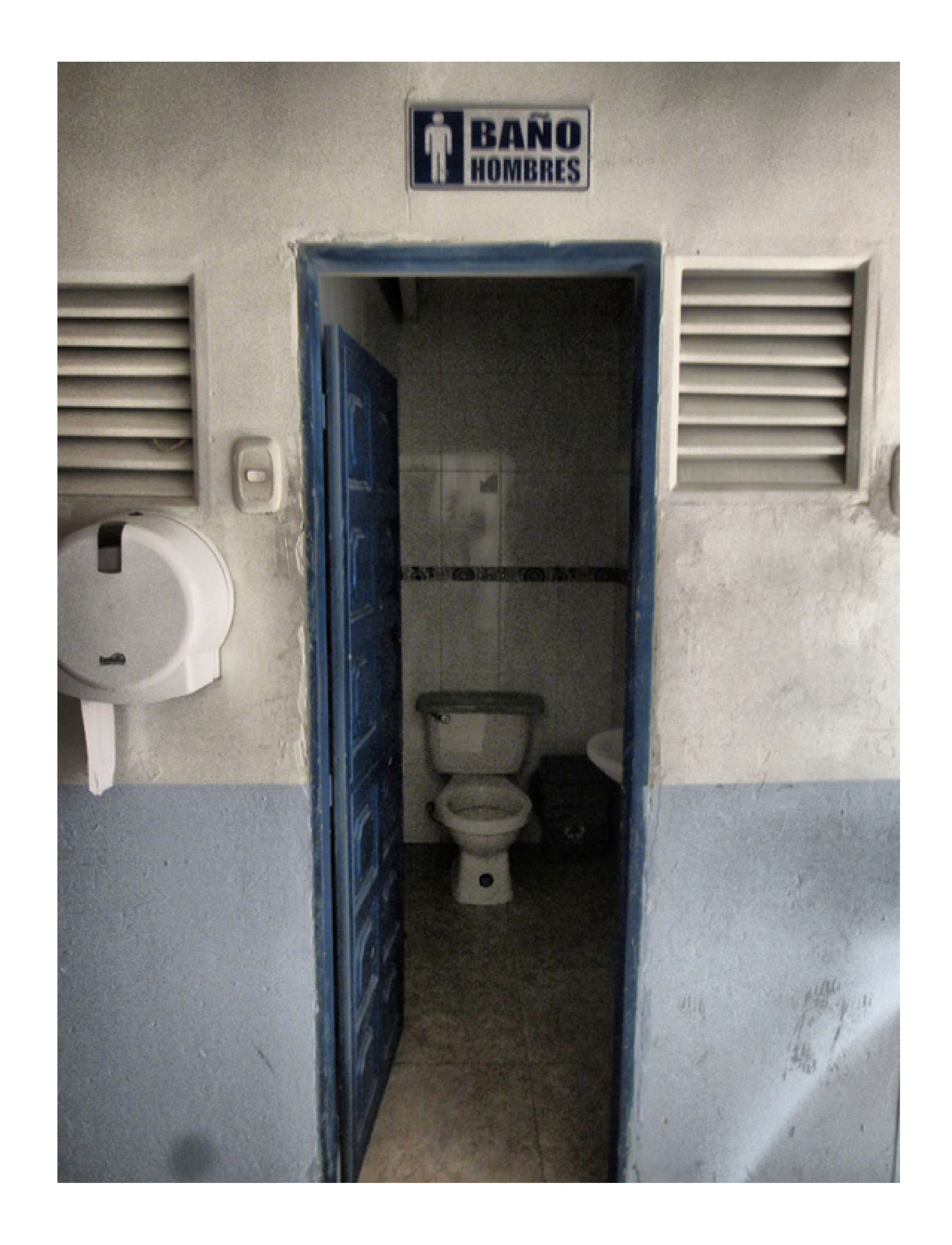


Figura 51. Interior del bar Doña Ceci. Baño segundo piso, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 52. Interior: del bar Doña Ceci. Detalle parte interior de la puerta del baño segundo piso, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 53. Interior: del bar Doña Ceci. Detalle parte interior de la puerta del baño segundo piso, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 54. Interior del bar Doña Ceci. Detalle parte interior de la puerta del baño segundo piso, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 55. Interior: del bar Doña Ceci. Detalle parte interior de la puerta del baño segundo piso, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 56. Interior del bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 57. Interior del bar Doña Ceci. Detalle, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 58. Interior del bar Doña Ceci. Detalle, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 59. Interior: del bar Doña Ceci. Baño, fotografía : Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 60. Detalle de la Gráfica, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

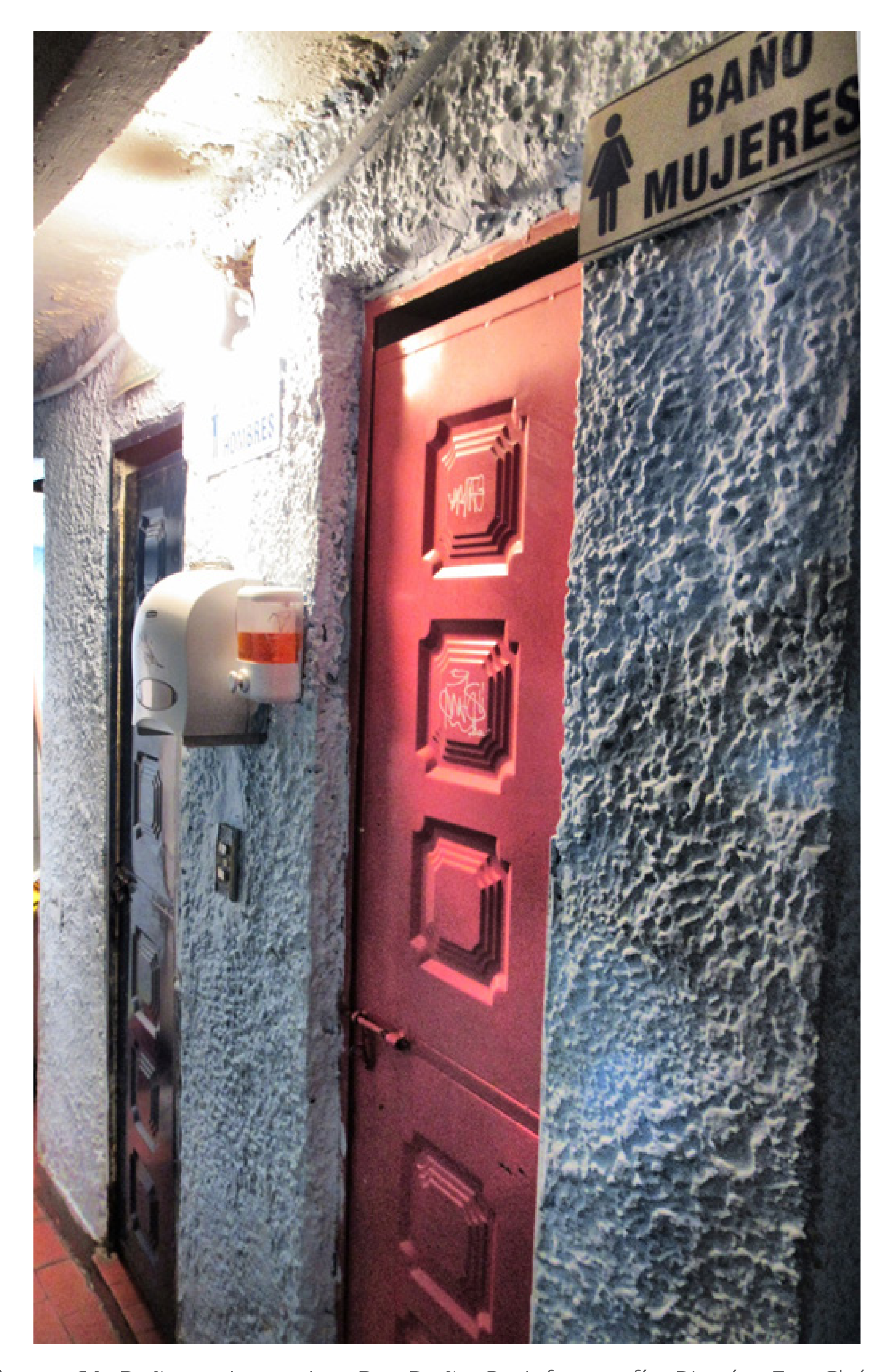


Figura 61. Baños primer piso. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 62. Baños primer altillo. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 63. Vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 64. Baño bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 65. Vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 66. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 67. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

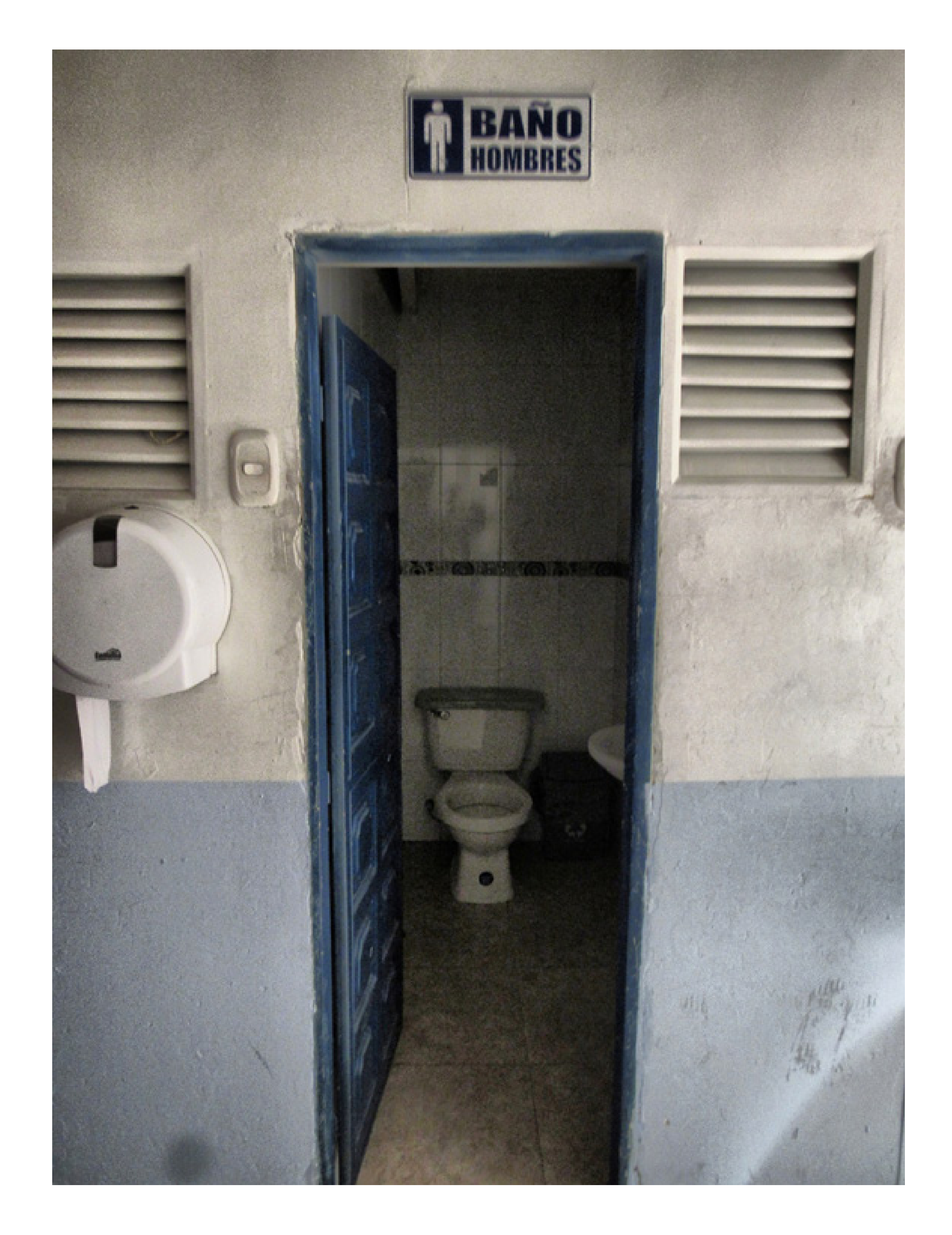


Figura 68. Baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 69. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 70. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 71. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Florido, P. y Pico, A., 2018.

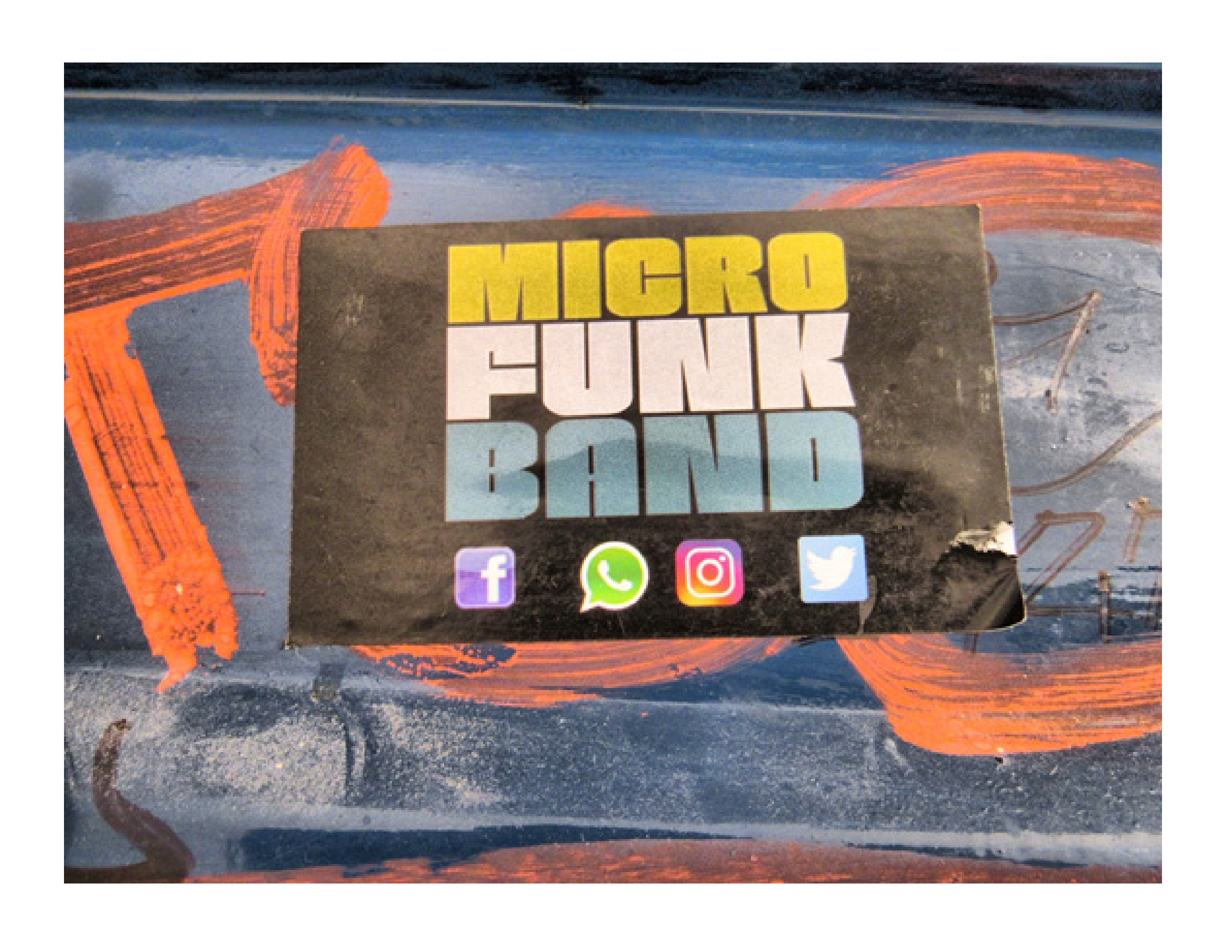


Figura 72. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Florido, P. y Pico, A., 2018.



Figura 73. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Florido, P. y Pico, A., 2018.



Figura 74. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

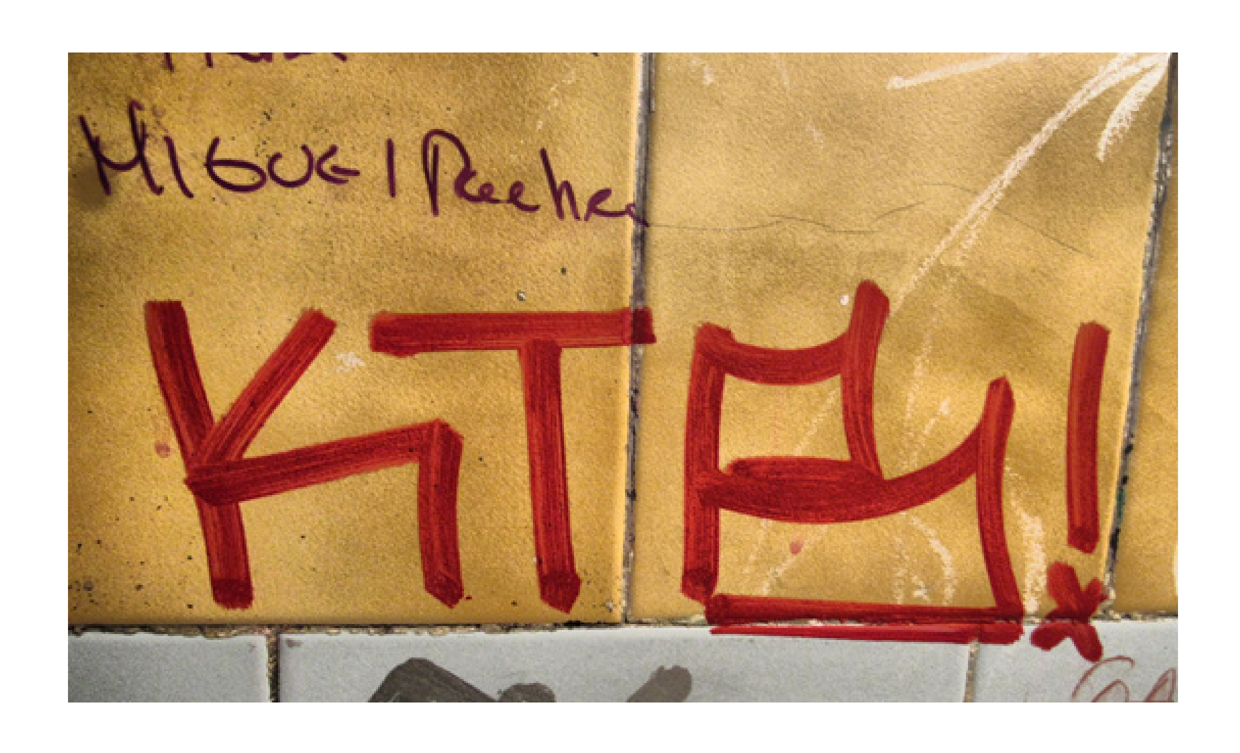


Figura 75. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 76. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 77. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 78. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 79. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 80. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 81. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 82. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 83. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

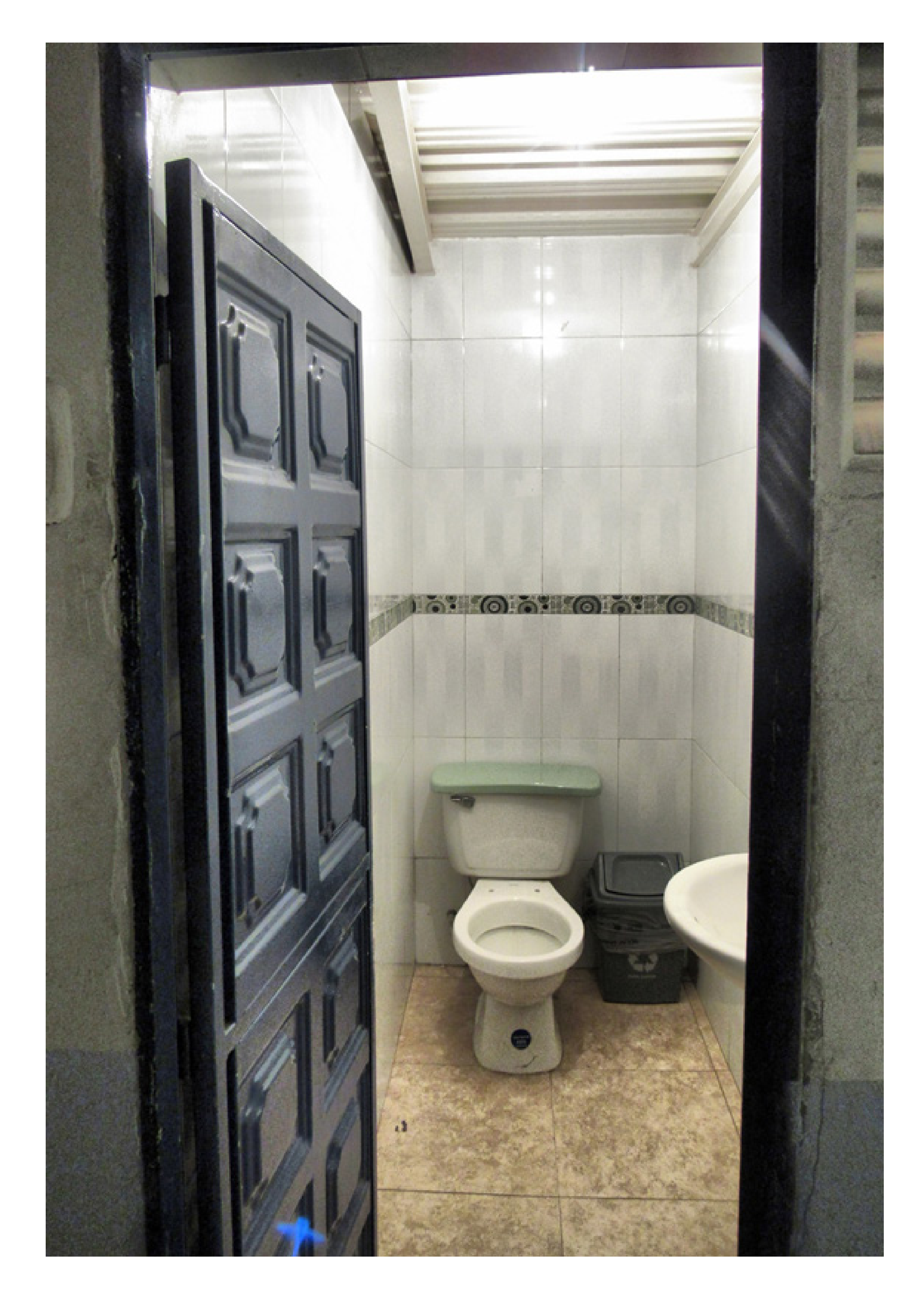


Figura 84. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 85. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 86. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 87. Detalle vista interna de baño. Bar Doña Ceci, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

Referencias bibliográficas

Bolaño, E. (2016). *Saberes del arte popular colombiano*. Bogotá: Ministerio de Cultura.

Bueno, R. (2012). La bohemia. *Rebelión*. Recuperado de: http://www.rebelion.org/noticia.php?id=156286

Cano, R. (2019). *Concepto de cubo blanco*. Project: EVE Museos e Innovación Museológica. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/331900400_LA_BIOGRAFIA_DE_LOS_OBJETOS

Danto, A. (2002). *La transfiguración del lugar común Una filosofía del arte*. Buenos Aires: Paidós.

De Argos, A. (2015) Takashi Murakami: Biografía, Obras y Exposiciones. *Alejandra de Argos*. Recuperado de: http://www.alejandradeargos.com/index.php/es/completas/32-artistas/388-takashi-murakami-biografia-obras-y-exposiciones

Díaz, I. & Rosales, K. (2014) *El recorrido de las marcas: cerveza águila*. Bogotá: Universidad ICESI, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Programa de Mercadeo Internacional y Publicidad.

El Espectador. (2017). Caso grafitero: Muerte de Diego Felipe Becerra "no fue un accidente". *El Espectador*. Recuperado de: https://www.elespectador.com/noticias/judicial/caso-grafitero-muerte-de-diego-felipe-becerra-no-fue-un-articulo-675441

Esquivel, L. (1989). *Como agua para chocolate*. México: Grijalbo.

Figueroa, F. (2014). *Escenas del graffiti en Granada*. Madrid: Ciengramos.

García, L. (2009). *La taberna y el lagar. Dos espacios de sociabilidad en la restauración asturiana a través de Palacio Valdés*. Alicante Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.

Higueras, E. (s.f.). La ciudad como ecosistema urbano. *Oa*. Recuperado de: http://oa.upm.es/16625/1/Ecosistema.pdf

Jaramillo, E. (2016). Eine idee schlägt Wurzeln (Una idea hecha raíces). *Revista Estudios de la Imagen, 8*, pp. 137-144.

Jiménez, M. (2016). *Hacia una etnografía de los Cafés, como lugar de encuentro, en el centro tradicional de Bogotá* (Trabajo de grado). Universidad de Antioquia.

Kaminer, J. (2018). El vino, el culto a Dionisio y la aparición del teatro. Diario Judio. Recuperado de: https://diariojudio.com/opinion/el-vino-el-culto-a-dionisio-y-la-aparicion-del-teatro/3505/

Larionov, M. (2009). *Manifiestos*. Madrid: Maldoror ediciones.

Luengo. (2011). Filosofía de la Cultura Popular: Una lectura de la teoría crítica desde la perspectiva de Hannah Arendt. *Moebio*. Recuperado de: www.moebio.uchile.cl/40/luengo.html

Mara, S. (2007). História, memória e identidade: o município de Maria Helena através da fotografia. *Gestão Escolar*. Recuperado de: http://www.gestaoescolar.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/producoes_pde/artigo_sandra_mara_prado.pdf

Mosquera, A. & Djukich, D. (2001) El espacio oculto del discurso del graffiti en las salas sanitarias universitarias. *Revista Opción, 17*(36), pp. 48-67.

Murakami, T. (2011). Self-Portrait of the Distresses Artist. *Artsy*. Recuperado de: https://www.artsy.net/artwork/takashi-murakami-self-portrait-of-the-distressed-artist-1

Museo Nacional de Arte Reina Sofía. (s.f.). One and Three Chairs (Una y tres sillas). *Museo Reina Sofía*. Recuperado de: https://www.museoreinasofia.es/coleccion/obra/one-and-three-chairs-tres-sillas

Nunes de Senne, V. (2013). *Etnomarketing: etnografía, marketing e consumo*. Universidade Federal Fluminense. Recuperado de: https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/2244/6/2013-Administra%C3%A7%C3%A3o-VANESSA%20NUNES%20DE%20SENNE.pdf

Pardo, R. (2006). *La Fotografía y el álbum familiar. Del estudio del fotógrafo a la sala de exposiciones pasando por la intimidad del hogar*. Actas Segundo Congreso de la Historia de la Fotografía.

Pascual, P. (2007). Aspectos antropológicos del consumo de bebidas alcohólicas en las culturas mediterráneas. *Salud y drogas, 7*(2), pp. 249-262.

Peirano, M. (2014). Etnografia não é método. *Horizontes Antropológicos, 20*(42), pp. 377-391. https://dx.doi.org/10.1590/s0104-71832014000200015

Pérez, N. (2015). Graffiti y patrimonio: tensiones entre lo efímero y lo permanente en la intervención del Armazém Vieira en Florianópolis, Brasil. *Revista Dearq*, 16, pp. 120-133.

Poggio, L. & Aragonés, J. (2018). Categorización de los objetos que forman parte del Extended Self, y sus discursos asociados. *Universitas Psychologica, 17*(2).

Rodríguez, R. (2008). La publicidad como industria cultural. Pensar La Publicidad. *Revista Internacional de investigaciones publicitarias, 2*(1), pp. 19-36. Recuperado de: https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU0808120019A

Semana. (2011). Entró en vigencia restricción de venta de licores en Bogotá. *Semana*. Recuperado de: https://www.semana.com/nacion/articulo/entro-vigencia-restriccion-venta-licores-bogota/241778-3

Semana. (2013). Justin Bieber y su polémica noche de graffiti. *Semana*. Recuperado de: https://www.semana.com/nacion/articulo/justin-bieber-pinta-graffiti-en-bogota/363086-3

Sennett, R. (1979). *El declive del hombre público*. Barcelona: Ediciones península.

Silva, R. (2002). Reflexiones sobre la cultura popular. A propósito de la Encuesta Folclórica Nacional de 1942. *Sociohistoria Univalle*. Recuperado de: http://sociohistoria.univalle.edu.co/reflexiones.pdf

Tricófero de Barro. (2019). Lo que te falta es reguetón. *Musixmatch*. Recuperado de: https://www.musixmatch.com/es/letras/Tric%C3%B3fero-de-Barro/Lo-Que-Te-Falta-Es-Reguet%C3%B3n

Tricófero de Barro. (2019). Tricófero de Barro. *Yimup*. Recuperado de: https://www.yimup.com/tricoferodebarro

Uregui, J. (2009). *Café El Automático, arte, crítica y esfera pública*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá D. C. Cultura, Recreación y Deporte, Fundación Gilberto Alzate Avendaño, Universidad de los Andes.

Villa, J. & Avendaño, M. (2017). Arte y memoria: expresiones de resistencia y transformaciones subjetivas frente a la violencia política. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales, 8*(2), pp. 502-535. DOI: http://dx.doi.org/10.21501/22161201.2207

CERVECERÍA LUNA PARK

Yubar Deibi Portilla Benítez



Figura 1. Placa en la entrada del bar Luna Park, fotografía: Wilson Chávez, 2018.

HISTORIA. MIL LUNA(S) PARK(S)

Las tiendas de barrio son comercios de producción social, cultural y económica. El bar Luna Park establece este tipo de comunicación cultural, sin embargo, la relación de trueque de especies por dinero genera un tipo de convivencia amable y necesaria en las sociedades modernas. Lógicas por el modelo de expansión que, por lo general, desarrollan desde las migraciones de los lugares rurales, hacia las emergentes ciudades. En este sentido, se establece un diálogo con los postulados de Richard Sennett (1979), y cómo este tipo de actividades establecen un tipo de necesidades en las sociedades dentro de las relaciones del orden público dentro del contexto privado.

> La economía interna de estas capitales da efectivamente nacimiento a una nueva ocupación económica. Con la población tan incrementada en la ciudad, el comercio de reventa se volvió más rentable que nunca. La masa de compradores dio lugar a una nueva forma de comercio público centralizado en el bazar, a expensas de los clásicos mercados al aire libre y las pequeñas tiendas. Todas las complejidades y problemas del siglo XIX surgieron a partir de esta nueva forma de comercio de reventa; este comercio fue un ejemplo de los cambios que habrían de producirse en el dominio público. (Sennett, 1979, p. 165)

En el vértice de la carrera quinta (5°) con calle 12b se encuentra ubicada la cervecería Luna Park. Es vecina de centros universitarios como la Universidad Gran Colombia, la Universidad Autónoma y la Corporación Unificada Nacional (CUN); además de espacios culturales como el restaurante bar Candelario y, más al occidente, con joyerías tradicionales del centro de la capital.

Entrar a Lunar Park es transportarse en el tiempo, crea la experiencia de lo tradicional, de lo autóctono de la capital, la cual tiene una característica diferencial en su estética; aquella que nos recuerda que el barrio era habitado por ciudadanos, distinto a lo que reconocemos ahora. Al entrar nos encontramos con el administrador Efraín Torres Gonzáles, conocido como "El paísa", sin embargo, su camisa del Atlético Huila nos confundía un poco; siendo la excusa perfecta para poder establecer una primera conversación, desde la primera comunicación comprendemos la secularidad del lugar. Por el sin número de íconos y símbolos que habitan en él, crean una especie de hibridación estética, propina del costumbrismo nacional presentado como formato popular. El espacio hace recordar los bares europeos o norteamericanos por su marcada estética deportiva, pero al mejor estilo criollo, reproduce un concepto inherente en el proceso social del individuo; como ejercicio social y de intercambio de ideas en lugares comunes, establecen dinámicas de reproducciones e interrelaciones.

> Son rituales que llevan a actuar a los distintos individuos o grupos de una determinada forma en los espacios públicos. A partir de ello se constituyen espacios de diversa composición y extensión, con una actividad constante de articulación e imbricación, donde se definen unas formas de interrelación espacial y temporal que en definitiva son las que distinguen a unos y otros sectores sociales. (Carreira, 2008, p. 83)

Efraín, "el paísa", nos dice que es oriundo del departamento del Huila, pero como una costumbre de identidad, por lo general se denomina a los tenderos 'paísita'. Esto puede ser originario de los conocidos culebreros, excelentes vendedores foráneos que se introducían sin el menor temor a lo largo y ancho del territorio nacional a vender farmacéuticos o cachivaches (objetos para el hogar o negocios), reconociendo una connotación de vendedores y emprendedores nacidos en el territorio antioqueño.

Sin embargo, Efraín, asume el rol impuesto por este proceso de denominación sin ninguna molestia, pero simbólicamente recuerda su origen por medio de la camiseta de futbol de su región. La idea de mercader es un

concepto de emprendimiento arcaico, establece un vínculo directo con la idea de Medio Oriente; como precursores del peregrino negociante, creador de historias en torno a sus productos, haciendo de este proceso los primeros pasos de la publicidad, conectada con la narrativa fantástica.

> En un mercado donde flotaban los precios de reventa, vendedores y compradores se dedicaban a toda clase de artificios para subir o bajar los precios En los bazares del Oriente Medio, la exhibición de sentimientos violentos, las apasionadas declaraciones de dolor y sufrimiento provocadas por la pérdida o la compra de esta hermosa alfombra son parte integrante de la venta. En los mercados de carne de París en el siglo XVIII, se podían perder horas en maniobras tendentes a elevar el precio de un trozo de carne unos pocos centavos.
>
> El regateo y sus rituales concomitantes son las instancias más comunes en el teatro de la vida cotidiana en la ciudad, y del hombre público como actor, El final de la línea de producción y distribución en una sociedad que carece de precios fijos es la afirmación, buscando una ventaja en la posición, de la capacidad de advertir grietas en la coraza de un rival. Este estilizado interjuego enlaza socialmente al comprador y al vendedor; no participar activamente es arriesgarse a perder dinero. (Sennet, 1979, p. 179)

Después de frecuentar el bar Luna Park, tras la pista del dueño, finalmente llega el día; por medio de la ayuda de Efraín, quien nos repetía que era mejor hablar de la historia del lugar con el señor José Antonio Duque (fundador). Don José entra con la calma propia de los sabios que han recorrido más tiempo este mundo; algo más de ochenta años, con la tranquilidad particular de esos antioqueños que han vivido en Bogotá casi toda su vida, pero que nunca renuncian a sus orígenes, porque no dejaron de ser región; su vitalidad es producto de su visión de mundo, particular en los nacidos en esta tierra.

Oriundo de Jericó Antioquia, donde también nació la religiosa Madre Laura; lleva a pensar en su tradición católica arraigada, singular en los antioque-

ños. Además, nos contextualiza con una frase de José María Ospina[1] poeta jericano: “Jericó grato nido de amores a donde el alma feliz se recrea” (Ospina, s.f,). Su intervención termina de dos (2) formas: la primera, con la fecha del poema, “¡1949 hace tiempo no! Y con una gran sonrisa” (Ospina, 1951). Fragmento del poema *El elogio de la mujer*:

Excusadme, señores, si profano
os he cansado aquí con mi palabra;
yo soy un soñador, y no he podido
callar cuando el espíritu me habla;
y vosotras, oh damas venturosas,
en cuyo honor medio vibró un arpa,
permitid que mi mano temblorosa
llegue a este rosal que hay en mi alma,
que tiene perfume de tristezas,
rocío de pesares y de lágrimas,
para hacer un rosado ramillete
que despoje con lujo a vuestras plantas
mientras cantando, como un ave alegre,
mi rojo corazón abra sus alas.
(Ospina, 1951)

El año exacto de la inauguración de la cervecería no es muy clara, pero sí de la década: los años de 1960; repite que su negocio tiene más de 50 años y que las circunstancias lo llevaron abrirlo, como método de trabajo y se supervivencia. Diferente al proceso de algunos lugares del centro de Bogotá,

[1] (Jericó 1885- 1956) Profesor, periodista y poeta Jericoano. Escritor regional y popular, improvisador afortunado, romántico y sencillo. Con su poema - Boyacá, ganó un concurso literario y muy célebre con su poema “Elogio a la mujer”. Autor de los libros de versos: *Poesías, Corazón a flor de piel y Perla del Ruiz* (Gotas de Tinta, 2014).

estableció una organización urbanística influenciada en gran medida por la estética norteamericana y europea[2].

Don José recuerda que, como muchos otros, sale de Medellín, Antioquia, rumbo para la capital y buscar nuevos porvenires; un tipo experiencia similar a la del culebrero, que asume la vida como un viaje, en un recorre para echar raíces. Llega en primera instancia al barrio la Española, actualmente reconocido por la Universidad Minuto de Dios y el Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá. Allí abre su primera tienda con fines similares, como el ocio del hablar y escuchar, escuchar música al sabor de unas cervezas.

No obstante, el negocio no prosperó como se lo había imaginado; al poco tiempo se mudaría hacia el centro, donde actualmente se ubica la cervecería. Sin embargo, continuó viviendo en su casa en la Española; recuerda que los trayectos y las distancias eran, y continúan, siendo enormes en esta ciudad que padece un problema de movilidad desde hace mucho tiempo. Antes no había puentes ni pavimento, eso complicaba aún más el trasladarse; esto le hace recordar que su clientela eran vecinos del barrio por lo general, sin embargo, lo frecuentaban personas que no vivían en la zona, igual que él. La tienda bar, como está inscrita en la Cámara de Comercio de Bogotá, comenzó con la venta tradicional de cervezas, gaseosas, café y empanadas. Con el tiempo fue ampliando el catálogo de productos, nos referencia que en ese lugar incluso funcionó una droguería; vendía pastillas para el dolor de cabeza llamadas "Gómez Plata".

En Luna Park han sido bastantes los ayudantes y administradores que han pasado; Efraín es el actual y como un acto de reconocimiento Don José nos habla de otras personas que lo ayudaron (sin nombre). Con la voz entre-

[2] Entre los años 1940 y 1960 en Bogotá se pusieron en marcha importantes proyectos inspirados en el *International Style* y los dogmas de *Le Corbusier*; entre ellos, el Centro Residencial Antonio Nariño. Más adelante, arquitectos como Rogelio Saltona, Reinaldo Valencia, Fernando Martínez Sanabria y Germán Samper, o firmas constructoras como Cuéllar Serrano Gómez y Obregón y Valenzuela, entre otras, plantearon novedosas propuestas urbanísticas con proyectos tales como las Torres del Parque, el Museo de Arte Moderno y el Centro Internacional (Alcaldía de Bogotá, 2009).

cortada, y un pequeño silencio, les hace un acto de memoria; con un negocio tan longevo, la muerte los ha visitado en varias ocasiones, siendo en ocasiones por la madurez de la vida o por el flagelo de la violencia que ha maltratado este país por décadas, que se experimenta de forma diferente en la ciudad que en la provincia, siendo Luna Park un espacio donde se puede percibir la idea de la provincia de lo antaño, y hasta de esa violencia que afectó todos los rincones del país.

En Colombia el conflicto armado ha afectado a gran parte de la población como campesinos, poblaciones indígenas y afrocolombiana. Según la investigación del Centro Nacional de Memoria Histórica los campos de batalla del conflicto armado se han librado en las regiones más apartadas del territorio nacional, por lo cual la mayoría de los colombianos aunque saben que existe la guerra, no la sienten. (Portilla, 2018, p. 26)

Con la violencia la vida pareciera que tuviera una guion establecido, Don José cree que algunos por su arrojo o imprudencia terminan de una forma particular, haciendo de nuevo a otro refrán: “La vida la tiene marcada uno desde que nace”; es como si él, Don José, entendiera que la vida es un guion del cual no podemos escapar y mucho menos sobrescribir. De alguna forma particular, la idea de la muerte asociada por la violencia hace sus primeras referencias en la misma década que el señor José crea su establecimiento.

> En el año de 1962 se presentó al público el libro La violencia en Colombia, resultado de la “primera investigación sistemática” sobre los hechos de violencia acaecidos entre 1946 y 1958. Para los gobernantes del país en ese entonces, 200.000 mil muertes no sólo requerían una explicación, sino que también urgían por la construcción de una memoria (Germán Guzmán, Orlando Fals Borda y Eduardo Umaña, tomo I, 1980: 16). Tres años antes se había creado la Facultad de Sociología de la Universidad Nacional y el Gobierno le había encomendado un estudio objetivo, que “analizara el proceso desde una perspectiva histórico-política y empírica para escarmiento de las presentes y futuras generaciones de colombianos. (Zuleta, 2006, p. 57).

El señor José se denomina cofundador del barrio, a sabiendas que este fue el primer barrio de Bogotá, pero recuerda que era lo más parecido a un pueblo campesino, sus calles, en especial su pavimento, eran bastante precarios, además de angostas. Él es una memoria viva del centro de la capital; además de ver generaciones crecer, irse o envejecer, ha visto como se ha modificado el paísaje[3]. Sin embargo, permanecer durante tanto tiempo en esta zona no lo convierte en un conocedor asiduo de los demás negocios. El señor José dice que desde muy temprana edad fue formado de forma independiente, a lo que sale a flote otro refrán: “la familia de lejitos y al vecino dejarlo quieto”, para no cansarlo y que no se aburra de uno.

Lo anterior hace que la figura del señor José sea algo así como ‘fantasmagórica’. Está en su local, pero nadie lo ve; se resguarda detrás de la vitrina, como si ella fuera una barricada; o en una pequeña habitación a la que solo él tiene acceso, donde descansa del ritmo propio del centro. Además, este auto-ocultamiento también obedece a no ser una imagen permanente del lugar; un tipo de decoración que, en sus palabras, se puede convertir en molestia. Esto sería un producto de la modernidad, la cual no reconoce en el anciano un ente de poder como en las culturas ancestrales. Por el contrario, es un objeto de ocultamiento, inactivo y fantasmal, vinculado al término de lo inerte.

> La ancianidad y lo muerto son lo extraño a la representación, lo que cede ante el peso del universo eufórico que vivimos: la belleza, la juventud eterna, vivir un presente que no termina. Todas esas dimensiones que ofrecen las representaciones contemporáneas que transitan no sólo

---

3 Una lectura visual y comprensiva del paísaje urbano nos prepara para el entendimiento sociológico de una interacción cada vez más ausente entre los grupos humanos, reflejada en sus formas de ocupación del territorio. El territorio, además de constituir una categoría abstracta de significado administrativo, también es una experiencia socio física. La explicación racionalista de la ciudad ha buscado, en el espacio público, la experiencia primaria de socialización, por medio del ágora democrático o la convergencia en las ciudades comerciales de la burguesía. Sin embargo, actualmente hay un vacío en la conexión entre estructura urbana y experiencia social (Ramírez-Ibarra, 2015).

> a través de los medios de comunicación, sino que hemos asumido en nuestras vidas como propias: ser jóvenes para siempre, estar activos sin fin...conservarnos lúcidas y productivas. (Bernárdez, 2009, p. 33)

Cuántas generaciones han pasado por este lugar; son cincuenta años de visitas de estudiantes, por la cercanía de algunas universidades en el sector. Además, siempre existen estudiantes que se siente más cómodos en este tipo de espacios que en bares o discotecas, asimismo los precios que manejan son de fácil acceso[4]. También existen vecinos, Luna Park es el lugar donde ellos van a tomarse un par de cervezas, es la tienda del barrio; políticos (por la proximidad al palacio de justicia), el Senado y algunos ministerios hacían que este lugar fuera epicentro de reuniones de pequeños y grandes políticos y militares (por los batallones y estaciones de policía aledañas).

Llegaron y llegan intelectuales pues para nadie es un secreto que el centro de Bogotá acogió y aun acoge una serie de intelectuales que buscan, en la cultura popular, una ventana a la motivación de la creación, a la propia interpretación de la cultura y muchos otros que nunca supimos en que invertían su tiempo. El señor José los enmarca en dos (2) categorías: la primera en grandes personajes y la segunda en grandes delincuentes. Recuerda bastante a un personaje distinguido del Tolima grande, el 'Doctor' Luis Giraldo, quien frecuentaba con otras personalidades el bar para hablar de sus negocios y de la política actual del país.

Por su cercanía con el periódico *EL Tiempo*, bastantes escritores y columnistas acostumbraban reunirse también en Luna Park. Después de jornadas agotadoras de trabajo, la cervecería de Don José era un lugar para escapar

---

[4] Existía una relación entre el nuevo pasivo rol del comprador y lo que aparecía como un nuevo estímulo para el consumo. D'Avenel brinda una sucinta descripción de la calidad de los productos que se vendían en los nuevos bazares: En lugar de vender mercaderías de primera clase con un exagerado margen de ganancia, o mercadería de segundo grado con un margen de ganancia reducido, ellos (los bazares) vendían mercadería de buena o suficiente calidad con una ganancia que anteriormente solo se aplicaba a las mercaderías de segundo grado (Sennet, 1979, p. 182).

de la rutina; misma mecánica elaborada por diversos personajes. No obstante, el señor José reitera que son bastantes años, bastantes rostros que su memoria tiende a olvidar con algo de facilidad; expresa: "es muy verriondo", estableciendo un vínculo con lo que fue.

> Asimismo, vemos que privilegian ciertos grandes temas llamados "antropológicos" (la familia, la vida privada, los lugares de la memoria). Estas investigaciones concuerdan con el gusto del público por las formas antiguas, como si éstas les hablaran a nuestros contemporáneos de lo que son mostrándoles lo que ya no son. Nadie expresa mejor este punto de vista que Pierre Nora, en su prefacio al primer volumen de los *Lieux de mémoire*: lo que buscamos en la acumulación religiosa de los testimonios, de los documentos, de las imágenes, de todos los "signos visibles de lo que fue", dice fundamentalmente, es nuestra diferencia, y "en el espectáculo de esta diferencia el destello súbito de una inhallable identidad. Ya no una génesis sino el desciframiento de lo que somos a la luz de lo que ya no somos". (Auge, 2000, p. 32)

En los años 1980, cuando la violencia explotó en el país, algunos personajes sombríos de los carteles de Medellín y de Cali visitaban el lugar (según retrata el señor José). Ellos portaban algo característico, la imagen no era ajena para nosotros, sin embargo, eran igual a otros clientes, en términos de imagen. No obstante, en sus expresiones, su forma de tratar a los empleados, el dinero que llevaban consigo, no eran particulares de nuestros visitantes; se sentía una cierta aura de peligro, bastante diferente.

Como lo explica Sennett (1979), diferente a las eventualidades encarnadas en el siglo XVIII en las tabernas de Europa; estas son asociadas a la propagación de enfermedades por el contacto de sustancias propias de la salubridad de la época, específicamente en menores que frecuentaban estos lugares destinados para los adultos. El tipo de peligro en el bar Luna Park es endémico.

Lo anterior hizo que nuestro imaginario y niveles de ficción crecieran a un porcentaje elevado; creábamos historias de los eventos que realizaban,

claro, apoyados de los medios de comunicación. Por ejemplo, si para esas fechas se realizaba un secuestro, atábamos cabos; si existía algún tipo de atentado, pensábamos que posiblemente ellos tendrían relación en los crímenes. Además, en la década de 1980, Pablo Escobar ordenó el asesinato de Alfonso Cano, director del diario *El Espectador*; posteriormente detonó un carro bomba en sus instalaciones. Al respecto, se sugiere que esto podría suceder a pocas cuadras de aquí, ya que el diario *El Tiempo* funciona a escasas dos (2); se temía que sucediera lo mismo con este medio, el cual también fue objeto de amenazas, sin embargo, el peso del terrorismo se vinculó más para el lado del diario *El Espectador*.

> La denuncia persistente contra el narcotráfico, que dejó un sangriento saldo de atentados; el mayor de ellos fue la explosión de un camión bomba al pie de las instalaciones del periódico. Esa vez el edificio quedó en ruinas y setenta y tres personas quedaron heridas, pero la edición del día siguiente apareció con un contundente titular de primera página: "Seguimos Adelante." Más doloroso fue el saldo de muertos que dejó esta guerra. En este lapso los funerales se sucedieron como una trágica rutina: Héctor Giraldo Gálvez, columnista y abogado del periódico, Julio Daniel Chaparro y Jorge Torres, reportero y fotógrafo, víctimas de los paramilitares; Roberto Camacho, corresponsal en Leticia, y el propio director, Guillermo Cano, asesinado el 17 de diciembre de 1986, al frente de las instalaciones del periódico. (Restrepo, 2001)

Además de estos grupos, para aquellas épocas se sumaba otro grupo denominado 'Los esmeralderos', provenientes de la región de Boyacá. Lo anterior por una razón simple, desde hace mucho tiempo la zona de la calle trece es el epicentro de los esmeralderos y de joyeros; implica que se manejan grandes cantidades de dinero y su seguridad debe corresponder al negocio que manejan.

Algunos patrones del negocio de las esmeraldas acostumbraban el negocio. En especial, algunos familiares y socios del antiguo zar de las esmeraldas Víctor Carranza visitaban con frecuencia el bar. Don José afirma llegar a ganarse el respeto y la confianza de algunos de ellos, con algunos casos par-

ticulares, en los cuales les guardaba su armamento y grandes cantidades de dinero detrás del mostrador, algo normal para esa época. Entonces, se desconoce si el concepto de la violencia fue naturalizado con anterioridad; los grupos de defensa patrocinados por estos sectores con grandes flujos de dinero creaban una especie de imagen de seguridad o amedrentamiento. Lo cierto es que se vivía sin pudor a las armas y al dinero, producto de la cultura del poder bélico.

> La riqueza obtenida por los patrones de la región permitió la irrupción de los narcotraficantes, quienes involucraron a algunos de los empresarios esmeralderos en el negocio de la droga. Adicionalmente, la violencia fue la principal herramienta a través de la cual los mineros tradicionales, se convirtieron en grandes empresarios; algunos crearon sus propios grupos de seguridad, que se enmarcan en la categoría conceptual de grupos paramilitares (...). El conflicto ha continuado desde la clandestinidad, a través de acciones como: la extorsión, las amenazas y la intimidación. (García, 2019)

El tendero funcionaba como un banco y a la vez como una tienda de intendencia. Se podría entender que eran bandidos o personal de seguridad y que no venían a delinquir a este espacio. Era posible confundirlos pues, en este caso, su aspecto era similar, y de nuevo la creación ficcional funcionaba entre los empleados del lugar. El acto de guardar las armas suponía evitar conflictos con la policía y también no llamar la atención con estos objetos bélicos; del mismo modo sucedía con el dinero.

Ahora bien, con el fin de establecer una conexión con conceptos en el texto *El declive del hombre público* de Richard Sennett, (1979); el libro estudia el concepto de confianza, y cómo se crea en los lazos mercantiles. Posiblemente por el proceso del viaje que un sujeto realiza, hace posible la construcción de este modelo de confianza establecido entre los personajes en constante comunicación, como el tendero. Este último se representa en una especie de familiar a quien se supone saber dónde hallarlo cada vez que visite el lugar.

> La confianza en sí misma puede detectarse en las jerarquías mercantiles de mediados del siglo XVIII, a diferencia de los impulsos discretos de sus precursores en los días de la caur et la ville en el siglo XVII. Por lo tanto, había una carencia de foco en lo que estos burgueses percibían de sí mismos: ellos eran los hombres nuevos, pero ¿qué significaba eso? En las obras Diderot acerca de la vida burguesa de su tiempo, tal como Le Pere de Famille, los personajes tratan su supervivencia sin raíces en la tierra, incluso su prosperidad, como algo misterioso.
>
> Una explicación para esta ausencia de proclamaciones del «quiénes somos» es que las clases mercantiles tal vez todavía tuviesen que moverse de la confianza a la afectación. Otra explicación es que las autodefiniciones seguras eran difíciles dada la formación económica de esta clase. Era una clase en la cual las gentes se asentaban, una clase nueva y expansiva; se trataba de una cuestión de movilidad más que de herencia. Una clase mucho más borrosa en su contorno que las clases mercantiles de principios del Renacimiento o pos renacentistas, ya que, al extenderse el comercio en la ciudad, se alteró la naturaleza del mercado urbano. (Sennett, 1979, p. 75)

Las tiendas de barrio, como Luna Park se convierten en centros de peregrinación, en los nuevos confesionarios de la sociedad. Al igual que en centros específicos de poder como las denominaría Foucault (manicomios, escuelas, psicólogos), a ellas recurre parte de la sociedad para generar catarsis de su cotidianidad. Son lugares donde las alegrías y las tristezas de reúnen y habitan en un ecosistema equilibrado; donde el amigo, el desconocido o el tendero fungen como especialistas en temas intrínsecos del ser humano. Estos espacios reajustan los conceptos de comunicación fraterna que, por las tecnicidades actuales, en ocasiones se enfrían y se codifican, perdiendo el aura de la confianza.

LO SACRO

De alguna forma, esta confianza se puede percibir por la particular estética del lugar y, además, en la actualidad es complejo hallar un lugar con estas características tan marcadas a una época y una forma de consumir. Desde el inicio percibimos la fe del señor José, y esto le hace recordar una de las imágenes más simbólicas que decoran el lugar: el rostro de Jesucristo (divino rostro) realizado en la técnica de acuarela, vendido por un delincuente hace más de 40 años.

El retrato está mirando hacia el interior del negocio, como un vigilante, un guardián del lugar; algo similar con lo que ocurre en la actualidad con las cámaras de seguridad, las cuales se convirtieron en ese gran hermano, que nos patrulla y al tiempo nos juzga. No obstante, nos llama la atención el mercader: un delincuente que entra en un juego entre la protección y la infracción del lugar, recordando el refrán "el que peca y reza empata".

El mismo mercader le vendió al señor José otro retrato de Jesús, en la misma técnica, pero con una particularidad: era creado por el delincuente. Sin importar su proveniencia, la importancia de la imagen es el concepto, en este caso es dogmática. Para el bar Luna Park es un símbolo que refleja su fe, adoración y estima, por los procesos católicos y posiblemente un tipo de resarcimiento espiritual por parte del creador de la imagen. Lo anterior, sin

dejar atrás el poder simbólico que estas imágenes producen en términos de protección espiritual y física en los lugares[5].

El retrato de Jesucristo no es el único que habita el espacio. El lugar hace recordar las exposiciones del siglo XIX de Europa, en las cuales la verticalidad era utilizada en la mayoría de su geografía. Atiborrar el espacio era lo común; el vacío o la nada eran conceptos no comprendidos como en la actualidad, entonces, los espacios y las creaciones, por lo general, eran pensados en volumen y no en vacío. Como García (2018a) menciona: “Tal vez es la etapa más compleja del acto creador, ya que en el vacío de posibilidades transitan múltiples elementos imperceptibles; no los reconocemos porque son fuerzas inanimadas a la espera de ser accionadas por un impulso” (p. 14) y se puede convertir en un concepto propio de la modernidad, porque el espacio es un vacío esperando ser transitado.

No obstante, este principio moderno no clasifica en Luna Park porque tres (3) de las cuatro (4) paredes en su momento (año 2018) eran de color azul intenso; hace resaltar los colores cálidos de las etiquetas de los productos que ofrecen. La cuarta pared lleva un tono naranja (al igual que el techo), en algunos tramos tiene una especie de textura realizada con papel industrial (semejante a una especie de roca), decoración que se utiliza de manera artesanal de las celebraciones del día de las brujas. Así, son evidentes los parámetros estéticos del vacío, es más cercano a las tradiciones populares

---

[5] Es verdad que, en los primeros siglos de la iglesia, para los seguidores de Cristo, el arte figurativo — al estar tan vinculado con el culto que se tributaba a los ídolos, y por el empeño que ponían en destruirlo — no salió muy bien parado. Y así en los tres primeros siglos, para proteger el sentido de trascendencia del misterio cristiano, la Jerarquía se veía precisada a tomar decisiones de radical seguridad contra el peligro todavía inminente de la idolatría. Con todo, los primeros intentos de pintura (arte simbólico), nacieron a la luz de los hachones de las catacumbas romanas y, no obstante la falta de apoyo oficial de la iglesia, el pueblo cristiano sentía la necesidad de dar expresión a sus creencias, necesidad que tuvo sus puntos álgidos, sobre todo después de la declaración de los dogmas de la encarnación y de la redención. Esa fe robusta en la humanidad santísima de Cristo y en la maternidad divina de María, requería de manifestaciones sensibles, y el templo, único lugar para una instrucción masiva de los fieles, se fue convirtiendo en un libro que, con sus muros, como páginas abiertas, iban ofreciendo la historia de la salvación (González, 2019).

que tal vez fueron promovidas por la conexión europea, la cual es barroca por antonomasia.

De alguna forma, este lugar habla del hombre barroco de esta parte de la esfera que, sin duda, tenemos como herencia cultural, producto de la hibridación de la cual hemos estado en constante comunicación o dominio desde hace siglos. De manera simbólica, se convierte en un currículo oculto como forma de poder que propone un diálogo y habitat soberanos en estilos, etnias, ideologías y cultos; tan diversos como los propios gustos y experiencias de cada individuo suramericano, se convierten en una mistura estética y cultural como formación inherente a la cultura popular. El retrato de Jesucristo convive como el gato japonés de la suerte Maneki Neko, apropósito del concepto de *ch'ixi*, que propone Silvia Rivera Cusicanqui

> El modo en que lo mestizo o lo *ch'ixi* da cuenta de una realidad donde "coexisten en paralelo múltiples diferencias culturales, que no se funden, sino que antagonizan o se complementan... Una mezcla no exenta de conflicto, ya que "cada diferencia se reproduce a sí misma desde la profundidad del pasado y se relaciona con las otras de forma contenciosa". (Rivera, 2010)

La convivencia, de estéticas y creencia distintas en Luna Park, habla del concepto de hibridación como un fenómeno activo. No solo propone la convergencia física de los objetos, que establecen una dinámica en un espacio común; también propone ejercicios de apropiación e interpretaciones de espacios que generan dinámicas con diversas experiencias estéticas y hacen de ellos lugares de creación constante entre el pasado, el presente, sin pretender interpretar el futuro.

DIOS FUTBOL

Dentro de esta mistura, una serie de imágenes se convierte en una particularidad de estos espacios; alusivas a emblemas, fotografías y publicidades de algunos equipos de futbol locales o internacionales, causando un tipo convergencia, entre las ideologías, gustos y estéticas. El club Atlético Nacional, la selección Colombia, y algunos equipos extranjeros, ocupan espacio significativo en las paredes del bar; recortes de prensa, afiches y escudos muestran la empatía por el futbol, por parte del señor José y Efraín, siendo una relación imagen-consumo, así como una actividad social y mercado.

> Para Jean-Marie Brohm el fútbol es una superestructura político-ideológica de capital avanzado y actúa como multinacional. Los jugadores son la materia prima de esta industria, se comercializa su imagen y el producto se vende a los aficionados. Se establece la relación producción-consumo del sistema capitalista. Un ejemplo son el Real Madrid y el Manchester United, los dos equipos más ricos y poderosos del mundo con una gran repercusión social y una imagen comercializada por todo el planeta a través de merchandising y giras deportivas. (Álvarez, s.f.)

No obstante, cuantitativamente el Atlético Nacional presenta mayor incidencia, suponiendo que es el equipo del señor José; asimismo, de manera disimulada, pero en una posición estratégica, está el escudo del atlético Huila, un objeto funcional escudo-reloj; además, está al lado de la televisión, en un punto de tensión en la tienda. Estos objetos cumplen una función estética y de identidad en el lugar; establecen una comunicación con el sujeto de consumo.

De manera simbólica silenciosa, el sujeto lo consume, estableciendo nexos de interés o desinterés con estos iconos. Así como tiene una relación entre diversas estéticas, las grandes marcas del mercado (futbol) se ven beneficiadas por una publicidad que no tiene costo alguno para las mismas empresas. Lo anterior, porque los seguidores, como en este caso es el señor José (propietario del lugar) se da a la tarea de recortar las imágenes que la prensa realiza de sus equipos y los convierte en posters. Así, se apropia del objeto y lo convierte en publicidad o en objeto estético salido de su propio concepto; lo que Marcel Duchamp denomina como *Readymades*.

> Se trata del ahorro en los costes de adquisición o sustitución de los clientes, la garantía de beneficios básicos y crecimiento gradual por cada cliente. Y además, la reducción de los costes de explotación relativos a la posibilidad de las empresas de repartir los gastos entre muchos más clientes y en un periodo de tiempo más alargado, las referencias gratuitas que reciben los nuevos clientes de los clientes existentes, que de otro modo serían muy costosas para la empresa en comisiones y honorarios. (Llorens, 2011)

No obstante, la idea de la mercantilización del futbol como publicidad es un evento recurrente en la estética de los bares; genera en ellos identidades que se asumen desde los propietarios de los establecimientos. Dichas imágenes compiten con imágenes desde la publicidad como un ánimo de consumo, por ejemplo, las gaseosas o cervezas, pero es inquietante cómo el producto futbol se vende de manera disimulada u oculta como producto.

Al igual que los partidos políticos, institucionalizan una marca, la cual es realizada o comprada, pero siempre tiene que ser divulgada. Entonces, la publicidad de estos equipos de futbol en el bar Luna Park tiene un espacio espacial, sin embargo, no venden piezas de este producto. En cambio, venden una especie de ambiente asociado al futbol, siendo este un lugar de encuentro para los fanáticos de este deporte, convirtiendo a estos lugares

en templos contemporáneos de reunión, que se asocia a el entretenimiento de evento competitivo[6].

> Distintos estudios en Latinoamérica han centrado su interés en comprender la relación entre el futbol y la identidad, el futbol como ritual y el futbol como creador de imaginarios colectivos en general. Villena (2003) presenta algunos ejes analíticos para mirar el futbol desde una perspectiva sociocultural. Se pretende buscar la dimensión social del futbol como un fenómeno de a) industria del consumo cultural; b) la relación entre futbol, política, nacionalismo y homogeneización cultural; c) la hipemediatización del futbol y su dimensión cultural: la subcultura del hincha; d) las identidades culturales en torno al futbol, e) el agudo proceso de comercialización, la hipermediatización y la transnacionalización del deporte universal. (Meneses, 2008)

Recordamos *El Colectivo Sonsonete*, integrado por Oswaldo Rocha y Omar García que en el año 2011 crearon la obra llamada *Goles son amores al igual que sus colores*[7] que consistía en el cambio tonal de los colores de los emblemas de algunos equipos de futbol del país, dejando en evidencia la falta de tolerancia entre los hinchas y su posible migración del periodo de la violencia bipartidista. Los bares comúnmente son intervenidos por este tipo de grafismos, en especial los baños, convirtiéndose en los lugares privados de los establecimientos públicos, por lo general, la gráfica que se presenta

---

6 ¿En dónde empieza lo sagrado y termina lo profano en estas representaciones visuales? Tal vez ello ayudaría a explicar la devoción por un deporte que es más que un resultado, que es más que un ocio mundial. La cultura, vista como un proceso complejo de prácticas y representaciones colectivas, tiene en el futbol la posibilidad de explorar el carácter simbólico y por tanto cultural de los sentimientos en torno al equipo del barrio o de la ciudad. Es posible explorar la construcción de emociones y valores en función de la apropiación y defensa de ciertos colores (Meneses, 2008).

7 Para el caso específico de los elementos simbólicos con los que vamos a trabajar, se viene presentando una gran problemática. Los comandos Azules, La Guardia AlbiRoja, Los del Sur y El Barón Rojo son algunos de los clanes que han tomado dichos elementos como forma de representar una filosofía de vida, una manera específica de actuar y de pensar. Han empezado a generar nuevas divisiones geográficas dentro de un mismo territorio y de esta forma empiezan a clasificar demográficamente la ciudad, las localidades, los barrios y las cuadras, es una forma territorialmente absurda de dominio, colocando barreras ideológicas, que solo mantienen un afán de identidad, el mismo que tienen las demás cuadrillas, irónicamente con los mismos principios e ideales, pero tan solo los separa el color (Colectivo Sonsonete, 2010).

en estos espacios no vincula la ironía por medio de los tonos, pero si la superposición de un emblema a otro.



Figura 2. Goles son amores al igual que sus colores, fotografía: Colectivo Sonsonete, 2011.

LO PRIVADO DE UN ESPACIO PÚBLICO

De alguna forma particular, en algunos espacios queremos dejar marcadas nuestra presencia; sea en la memoria, por medio de un dispositivo de captura de imagen, o por el medio probablemente más tradicional: el grafismo en la pared. La confianza que Luna Park construye con sus clientes hace posible que las intervenciones se realicen en menor medida en relación con otros lugares similares; posiblemente por factores como el espacio de consumo pequeño y para este tipo de acción el ocultarse, ser anónimo[8], es un factor primordial; obedece al concepto del grafiti tradicional, donde el anonimato es fundamental. Por otro lado, los espacios privados como el baño se complican aún más; el cuarto de baño está detrás del mostrador, entrando a un lugar íntimo de la tienda y este ejercicio de intervención gráfica se podría pensar como un acto osado, infringiendo la confianza depositada por la administración.

Con respecto al baño del bar Luna Park, es un espacio tradicional en términos de la cultura popular pues era utilizada como casas antiguas y fueron adaptadas para espacios públicos con las tiendas. La arquitectura posiblemente no era pensada para recibir una afluencia de público, por el contrario, eran espacios diseñados para el hogar. De ese modo, cuando se toma

[8] El anonimato de la creación, o simplemente no interpretamos los grafismos que los identifican, pero la idea es presentar una serie de reflexiones conceptuales y gráficas acerca de la imagen producida por el fenómeno social 'contienda política' evidenciando su activa representación por esta época. El grafiti, entendido como una manifestación de la cultura, en tanto que estrategia comunicativa y creativa, puesta a los ojos de todos, dispuesta a la interacción y al diálogo, contiene un acto de tolerancia, donde la idea expresarse como acto político, confronta seguidores y detractores (García, 2018b, p. 19).

la decisión de modificar su utilidad, se piensa la tienda y la comodidad de sus dueños en primera instancia, entendiendo el tiempo de su labor y la atención que debe prestar.

Por ese motivo el cuarto de baño no es un privilegio sino una necesidad por sus largas estadías frente a los clientes, esto hace que la ubicación del baño sea fundamental para su oficio. Además, este lugar se convierte en un espacio común, un espacio social que desde los inicios de las sociedades occidentales (con marcadas diferencias entre el concepto de lo público-privado, cuarto de baño-ducha) establecen una gran importancia espacial, emocional y de salubridad; incluso honraba a la diosa *Higiea*, protectora de la salud.

> El cuidado del cuerpo se traduce en la utilización del agua junto a aceites y ungüentos en espacios concretos en los que se comparten elementos relacionados con la purificación, la religión y la higiene como protectora de la salud envueltos en un entorno de placer. Hacia el siglo II a.C, los romanos de las manos de la diosa Higiea, protectora de la salud, convierten el baño en un acto social y necesario, construyendo así grandes balnearios públicos. Esta costumbre llega extenderse hasta Oriente donde la civilización árabe-musulmana hereda como institución los baños turcos o los Hammam, convertidos en la actualidad en tradición de purificación religiosa, de placer e higiene. (López & Marín, 2013)

Por otra parte, en la actualidad, durante el proceso de modernización de los establecimientos públicos se debe pensar en el público que la visita (como los espacios comunes). Lo anterior, por los permisos sanitarios[9]; como son espacios que comercian alimentos, además de necesitan un espacio sanitario, por razones lógicas y biológicas. Anteriormente, estas necesidades

[9] Permiso sanitario: Acto administrativo expedido por la autoridad sanitaria competente, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, procesar, envasar, importar y lo comercializar un alimento de riesgo medio en salud pública con destino al consumo humano, expedido por el Ministerio de Salud y Protección Social, resolución 2674 de 2013. Ministerio de salud y protección social. Resolución 2674 de 2013.

no eran reguladas por el Estado; modificar un espacio como activación de la economía personal y comunal, se convertía en un acto más de emprendimiento.

Este efecto hace que dichos espacios sean más familiares, desde su proveniencia arquitectónica, hasta la manera en la que atienden a su clientela y el préstamo de su baño. Este último queda ubicado en un espacio poco común para los clientes, entrando a un espacio íntimo del comercio (el mostrador), una especie de escritorio donde se lleva la contabilidad, el manejo del dinero y el acceso a los productos. Esto nos lleva a pensar en la dinámica social del pasado, sobre aquellos imaginarios ingenuos (termino no peyorativo, por el contrario, se entiende en este texto como un valor escaso en la sociedad actual) que brindaban su espacio sin una relación violenta o temerosa por sus integridad personal o comercial. Las tiendas de barrio se convertían en espacios familiares, donde la convergencia estaría mediada por la confianza; aquella que aún sigue latente en espacios como Luna Park que resguardan simbólicamente procesos sociales, culturales y políticos de la capital de antaño.

El trayecto hacia el cuarto de baño de Luna Park comienza como un laberinto que forman las mesas y las sillas; una mezcla entre lo antiguo y lo moderno. Lo antiguo se presenta en las texturas y los materiales; el metal y el acero que presentan en ellas y la similitud de mármoles característicos del mobiliario de décadas pasadas. Lo moderno con el plástico y los colores cálidos distintivos de la marca de cerveza Águila, el cual como estrategia de venta y posicionamiento del mercado entrega a estos establecimientos.

Una vez superada la primera enramada de obstáculos, pasamos detrás del mostrador: una especie de fortín de cuatro (4) paredes, dos (2) de ellas erigidas con un mostrador y una nevera, las otras dos (2) hacen parte de la arquitectura, entrando al corazón de la tienda, donde Efraín oficia como es-

pecie de panóptico[10]. La puerta es de madera, de una tonalidad naranja, se puede notar que está pintada con una especie de pintura de esmalte, posiblemente por salubridad. Es un espacio lleno de color, por la gran cantidad de productos que lo convierte en una especie de psicodelia; es inevitable sentir una especie de vergüenza o pena, ya que se siente un espacio íntimo, sin embargo, la señalética de los dos (2) personajes en la puerta del baño nos hace recordar el motivo de la travesía.

Dentro del cuarto de baño, el espacio es de un metro y medio cuadrado aproximadamente. Sorprende la limpieza gráfica que en él se presenta, sus paredes no tienen grandes intervenciones (graffitis); predomina el naranja de las paredes, algunos azulejos modificados por la pintura y el blanco del baldosín tradicional. Se presentan dos (2) informaciones visuales dentro del baño, pensadas por el señor José; nos hace recordar diversos lugares con grandes informaciones tradicionales que se han convertido en la propia cultura de la ciudad; espacios del transporte público tradicional como los buses o busetas, donde la información gráfica, era una especie de sincretismo entre lo educativo y la ironía; donde cohabitaban frases como "Mi amigo serás, pero el pasaje lo pagarás", "Si tiene prisa madrugue", "Salida por atrás", "Si su hijo no vale nada, no pague nada", entre muchos otros. El cuarto de baño de Luna Park recurre a este sincretismo entre la gráfica, el texto y la acción a desarrollar, evocando la anterior práctica del transporte público.

---

[10] El panóptico es un lugar privilegiado para hacer posible la experimentación sobre los hombres, y para analizar con toda certidumbre las transformaciones que se pueden obtener en ellos. El panóptico puede incluso constituir un aparato de control sobre sus propios mecanismos. Desde su torre central, el director puede espiar a todos los empleados que tiene a sus órdenes: enfermeros, médicos, contramaestres, maestros, guardianes; podrá juzgarlos continuamente, modificar su conducta, imponerles los métodos que estime los mejores; y él mismo a su vez podrá ser fácilmente observado (Foucault, 2002, p. 208).



Figura 3. Letreros transporte público, fotografía: Álvaro, I., prensa libre, 2017.

“Solamente Orinal” es una imagen ubicada a la altura de la cabeza del visitante, imposible de pasar inadvertida. Debajo de ella la acompaña una imagen caricaturesca de un personaje masculino orinando, presentándose en expresión de pánico, ocasionando que su secreción sea incontrolable. Esta imagen utiliza un evento retórico de antítesis[11], la cual utiliza un acontecimiento como ejemplo, para que el usuario realice lo contrario. Por otro parte, la imagen propone que es un lugar común, visitado por diversas personas a diario, haciéndole saber al interesado que este debe permanecer en óptimas actitudes sanitarias.

Otro anuncio popular se única encima del inodoro “Orine feliz, Orine contento, pero hágalo adentro”. De nuevo está estratégicamente ubicada (específicamente para los hombres) reiterando el concepto secular de la educación por medio de la sátira; aquella que desde un juego de palabras invita acertar en el blanco, convirtiéndolo en un juego que generalmente se produce cuando el hombre secreta orina. No obstante, esta idea ha sido desarrollada por una compañía de videojuegos en el año de 2011, analizando los comportamientos masculinos[12], además, incluyendo publicidad en este proceso.

---

[11] La palabra antítesis se origina del griego αντίθεσις o antíthesis que significa “contraposición” u “oposición”, y está compuesta por las raíces anti-, que expresa “contra”, y thesis, que significa “colocación o posicionamiento”. Por ejemplo, las personas acostumbran a experimentar diversas antítesis a lo largo de su vida y esto es posible porque cambian de ideas o planes y pueden, de un momento a otro y como consecuencia de sus experiencias, cambiar de manera de pensar y se pueden contradecir al modificar las afirmaciones del pasado (Significados, 2019).

[12] Se trata de “Toirettsu”, un sistema de videojuegos en el que “¡Puedes jugar mientras orinas!”, según difunde la propia compañía. El dispositivo -en fase de prueba- funciona a través de un sensor que se coloca en el mingitorio y puede medir la cantidad y velocidad de la orina que se produce. Después transmite estos datos al videojuego con el que el usuario interactúa en un monitor montado en la pared. Juegos controvertidos. En un juego, por ejemplo, gana el que orina más. En otro, la cantidad y rapidez del líquido determina cuántos grafitti se puede borrar de un muro virtual. En otro, los jugadores hacen que sus avatares saquen leche por la nariz y, en uno más controvertido, la orina determina la fuerza del viento que alza la falda de un dibujo femenino. Algunos se juegan en solitario y otros son para competir con más usuarios en la misma ubicación. La idea es instalar este tipo de sistemas en restaurantes y baños de algunos negocios, buscando que los clientes orinen dentro de los mingitorios, mientras también observan algunos anuncios. Jugar mientras orina. (Semana, 2011a)

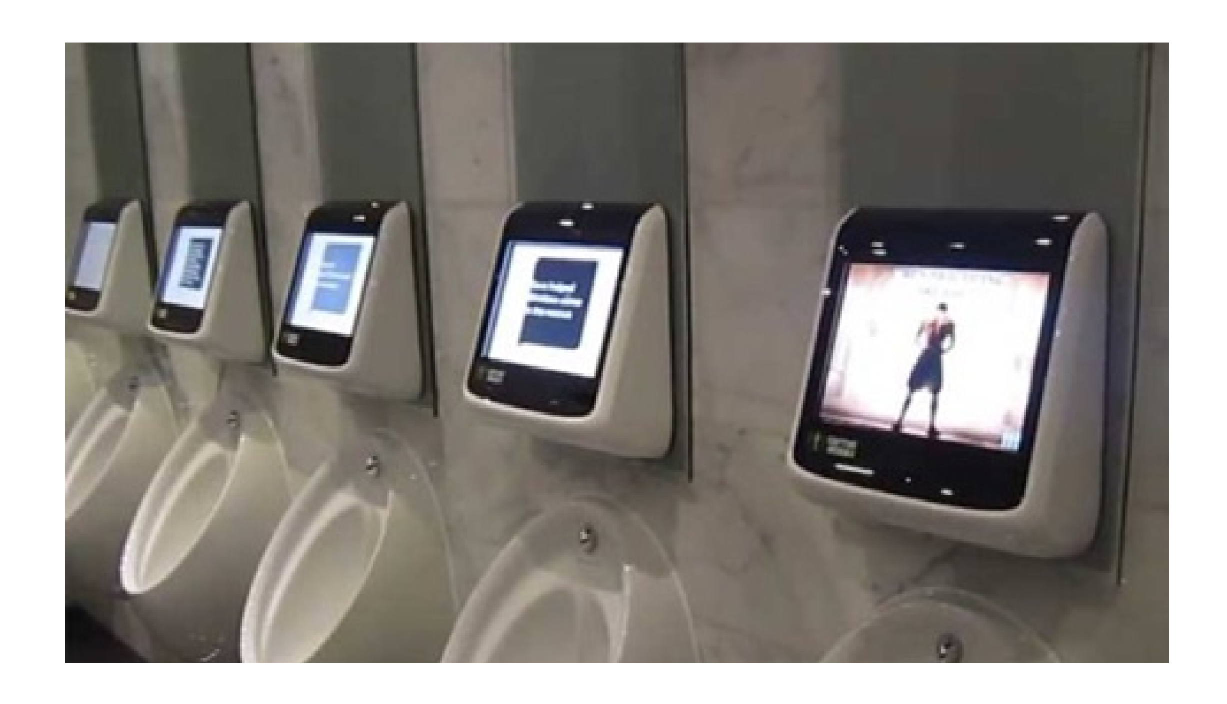


Figura 4. Videojuegos en orinales, fotografía: Sánchez, J., "El digital signage acompaña nuestras visitas al baño", 2015.

Captive Media ha instalado 60 pantallas de 12 pulgadas en los baños de Londres. Sí, en los lavabos, un lugar en el que estamos relajados y tenemos tiempo de consultar nuestro smartphone, entre otras cosas. Las pantallas están colocadas encima de los urinarios y proporcionan un bucle de contenido de 90 segundos, entre ellos elementos de entretenimiento y otros tipos de publicidad. El circuito de digital *signage* también proporciona diferentes aplicaciones interactivas en las que destacan los juegos de Guinness, Smirnoff, Captain Morgan…Según un estudio realizado por Captive Media, los bares y restaurantes de la zona que se anuncien en este soporte, van a incrementar sus ventas de un 25% a un 200%. (Sánchez, 2015)

La siguiente imagen hace alusión al cobro del servicio del baño “quinientos pesos” colombianos ($500) aproximadamente 20 centavos de dólar americano, esto es para los no clientes, para personas que solo requieren el servicio sanitario. Esta característica se convierte en un código nacional; el anuncio de esta imagen indica que este servicio es equiparado a un objeto de consumo. Esta imagen es tan popular en el país que se convierte en un icono universal, extranjeros y locales entienden el propósito de la imagen: recrear el valor de un producto por medio de una codificación, de esta forma el usuario entiende el trueque antes de comenzar la compra.

Sin duda, visitar la cervecería Luna Park se convierte en una experiencia cultural, estética y social. Conocer un icono del centro de la ciudad es una tarea casi obligatoria para los interesados en las estéticas sociológicas; nos permiten trasladarnos a la Bogotá de hace unas décadas, en tiempo real, por medio de su distribución espacial, el conglomerado número de artículos que la convierten en un centro barroco del producto de consumo y la diversión. Luna Park es un centro de encuentro, pero también es un espacio que se mantiene y lucha de una forma silenciosa con las nuevas formas de representación de los establecimientos públicos; hace que este sea su encanto, que lo tradicional sea parte de su propio ser y no por un acto de la época.

Es importante el diálogo que se establece entre la modernización del centro de la capital y este espacio que configura parte de la historia viva de la Candelaria. Pensar estos espacios por medio de las representaciones visuales, pretende hacer una especie de etnografía social-visual; procura crear conexiones entre las experiencias propias y las ajenas, por medio de la imagen.



Figura 5. Exterior del bar Luna Park, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 6. Logo Cervecería Luna Park, fotografía: García, O., 2018.



Figura 7. José Antonio Duque (Propietario del bar Luna Park), fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 8. José Antonio Duque, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 9. El administrador Efraín Torres Gonzáles "El paísita". Bar Luna Park, fotografía, Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

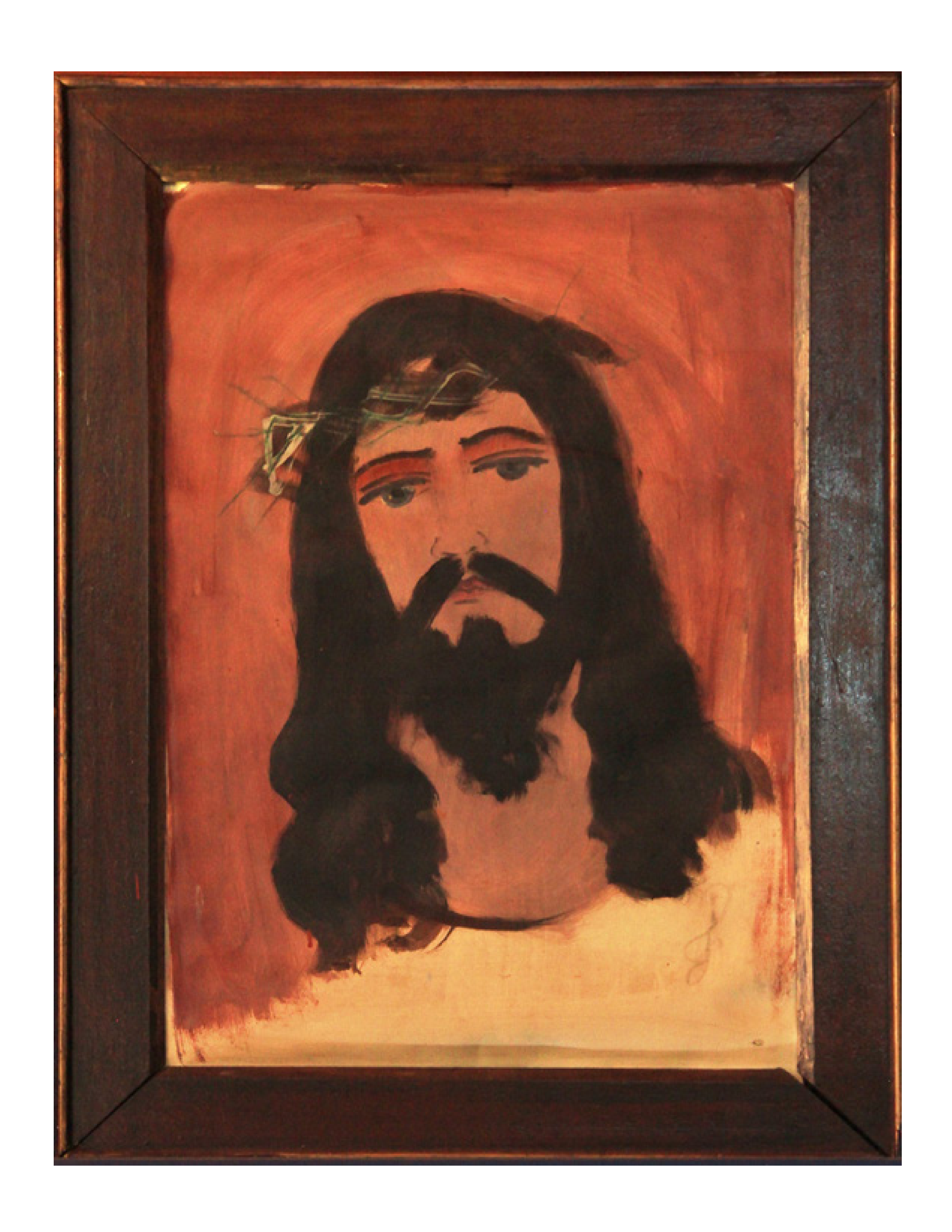


Figura 10. Retrato de Jesucristo, fotografía: García, O., 2018.



Figura 11. Imagen de Santa Laura, fotografía: García, O., 2018.



Figura 12. Santa Laura y cerveza Costeña, fotografía: García, O., 2018.



Figura 13. Interior bar Luna Park, fotografía: García, O., 2018.

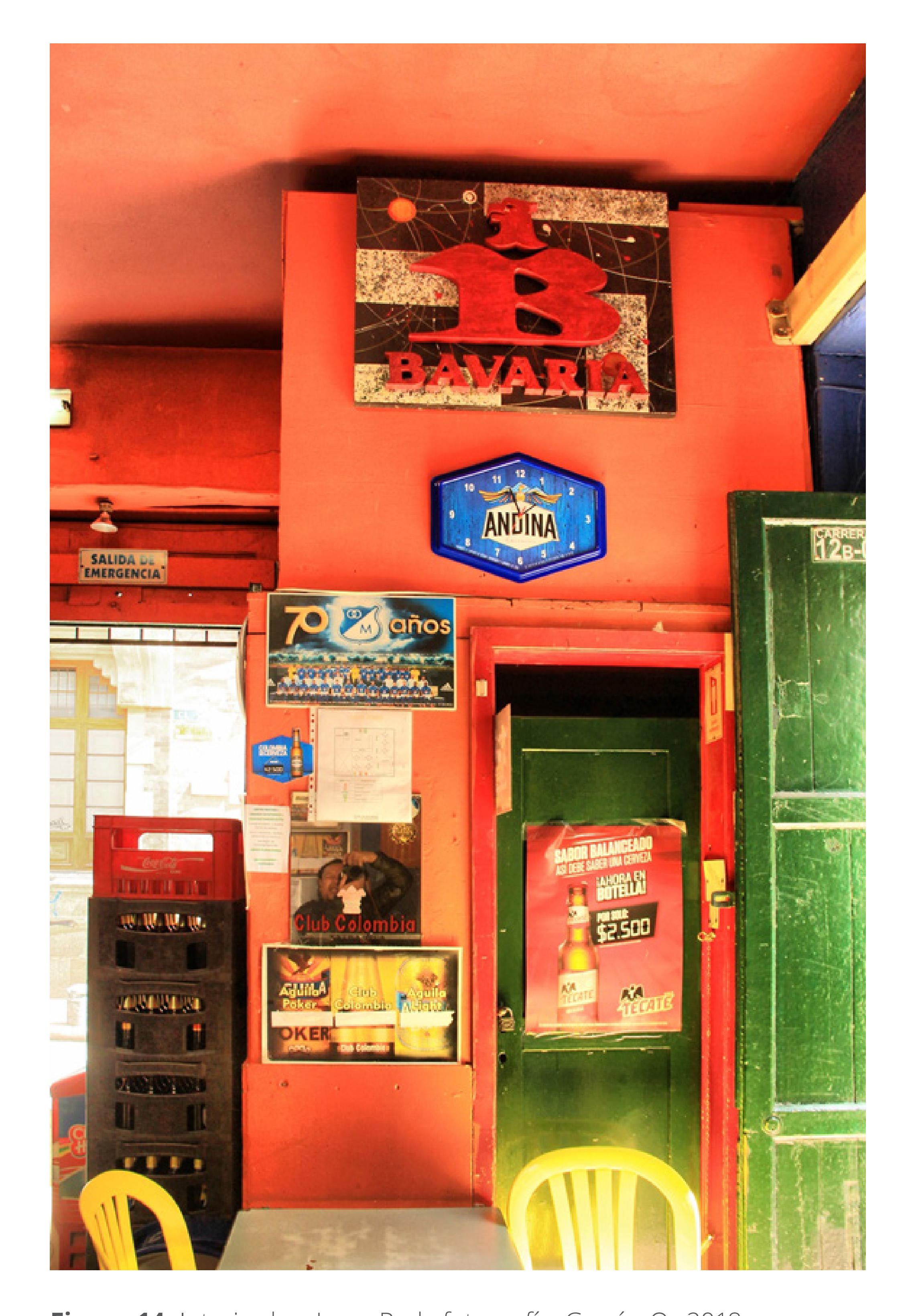


Figura 14. Interior bar Luna Park, fotografía: García, O., 2018.



Figura 15. Interior bar Luna Park, fotografía: García, O., 2018.



Figura 16. Interior bar Luna Park, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

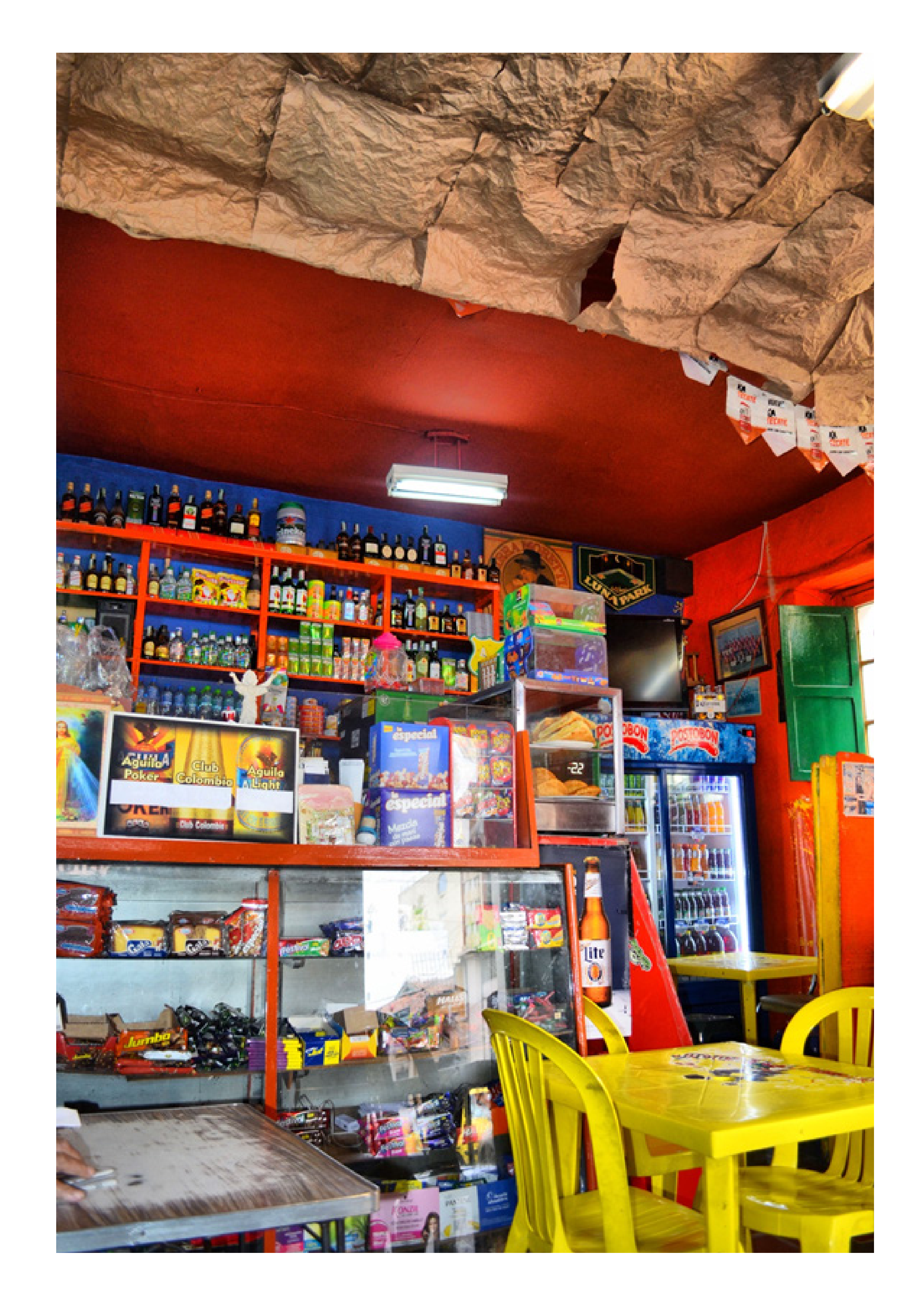


Figura 17. Interior bar Luna Park, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 18. Interior bar Luna Park (imágenes de futbol), fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 19. Interior bar Luna Park (publicidad y propaganda), fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 20. Interior bar Luna Park, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

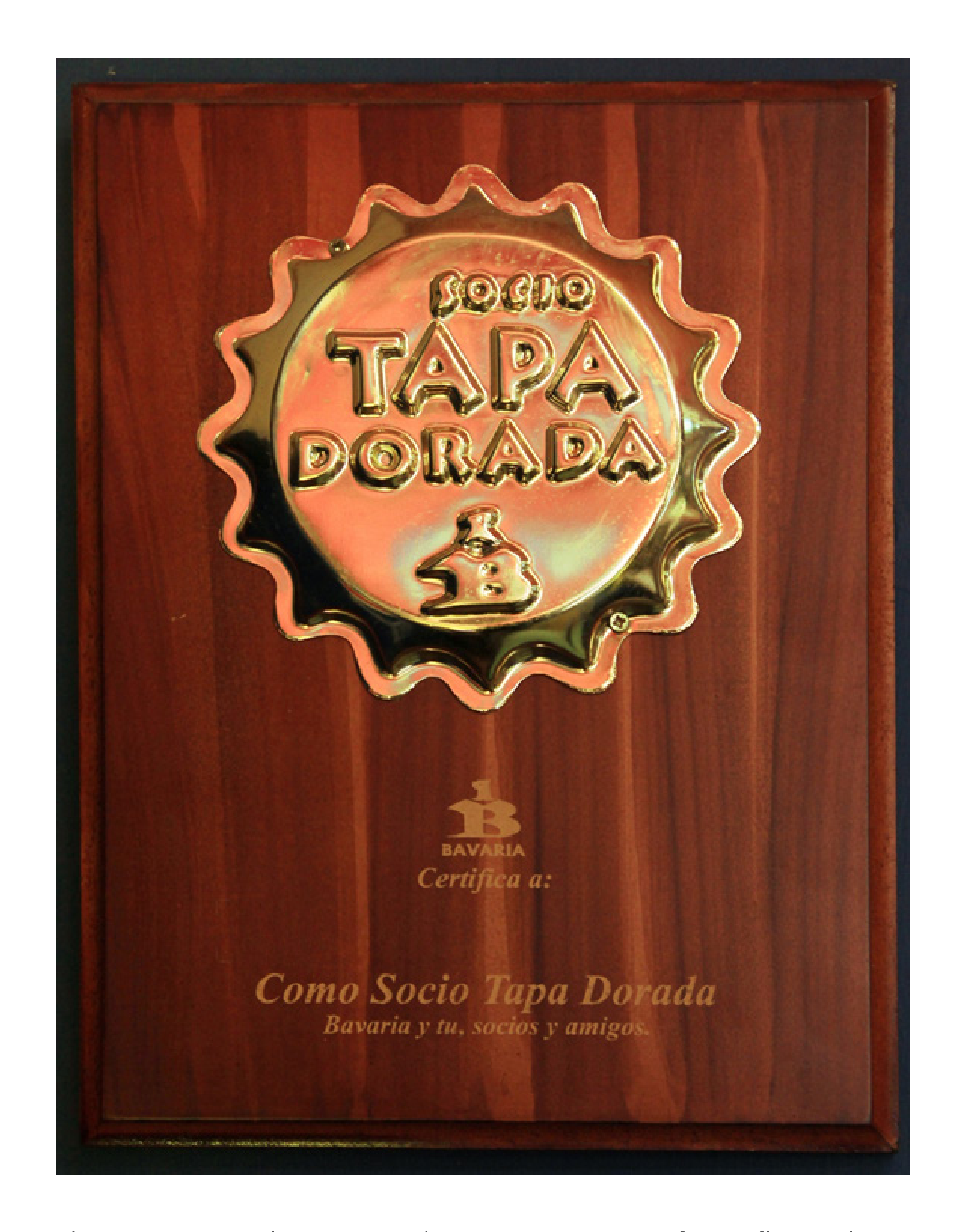


Figura 21. Distinción por parte de empresa cervecera, fotografía: García, O., 2018.



Figura 22. Interior, detalle de productos, bar Luna Park, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

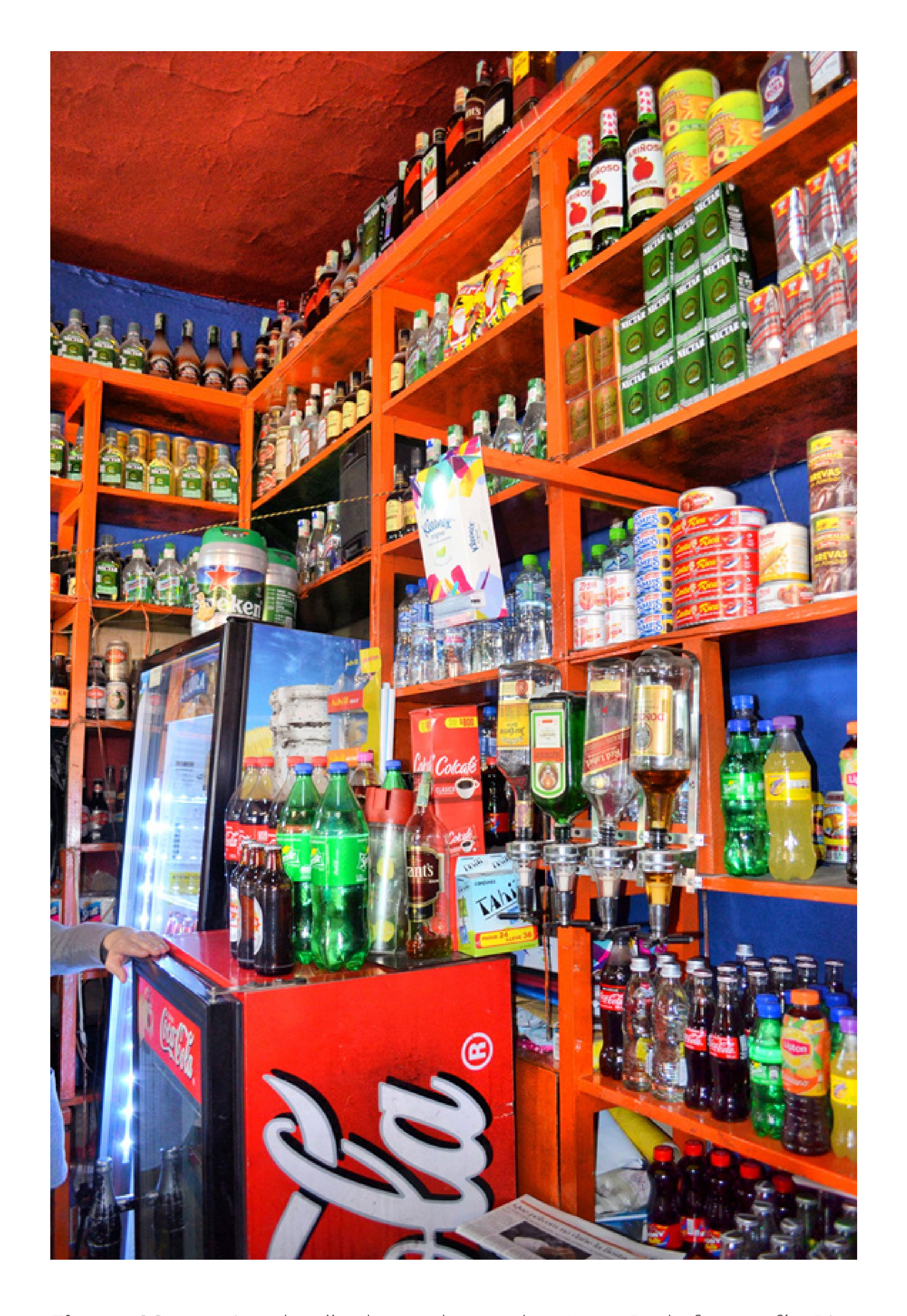


Figura 23. Interior, detalle de productos, bar Luna Park, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 24. Interior, detalle de productos, bar Luna Park, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 25. Detalle de fotografía revista Soho, bar Luna Park, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 26. Interior, detalle de productos, bar Luna Park, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

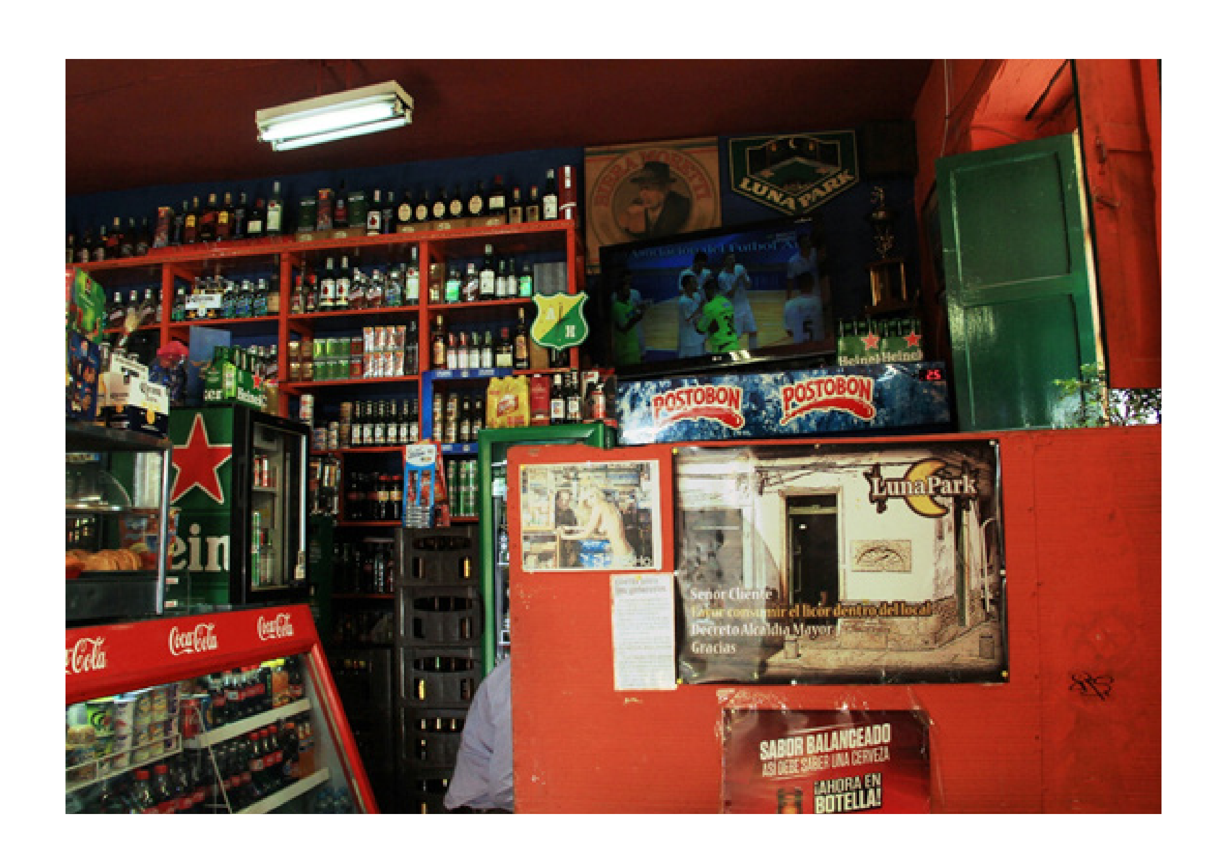


Figura 27. Interior bar Luna Park, fotografía: García, O., 2018.



Figura 28. Interior, detalle de productos, bar Luna Park, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 29. Interior bar Luna Park, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 30. Puerta del baño, bar Luna Park, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

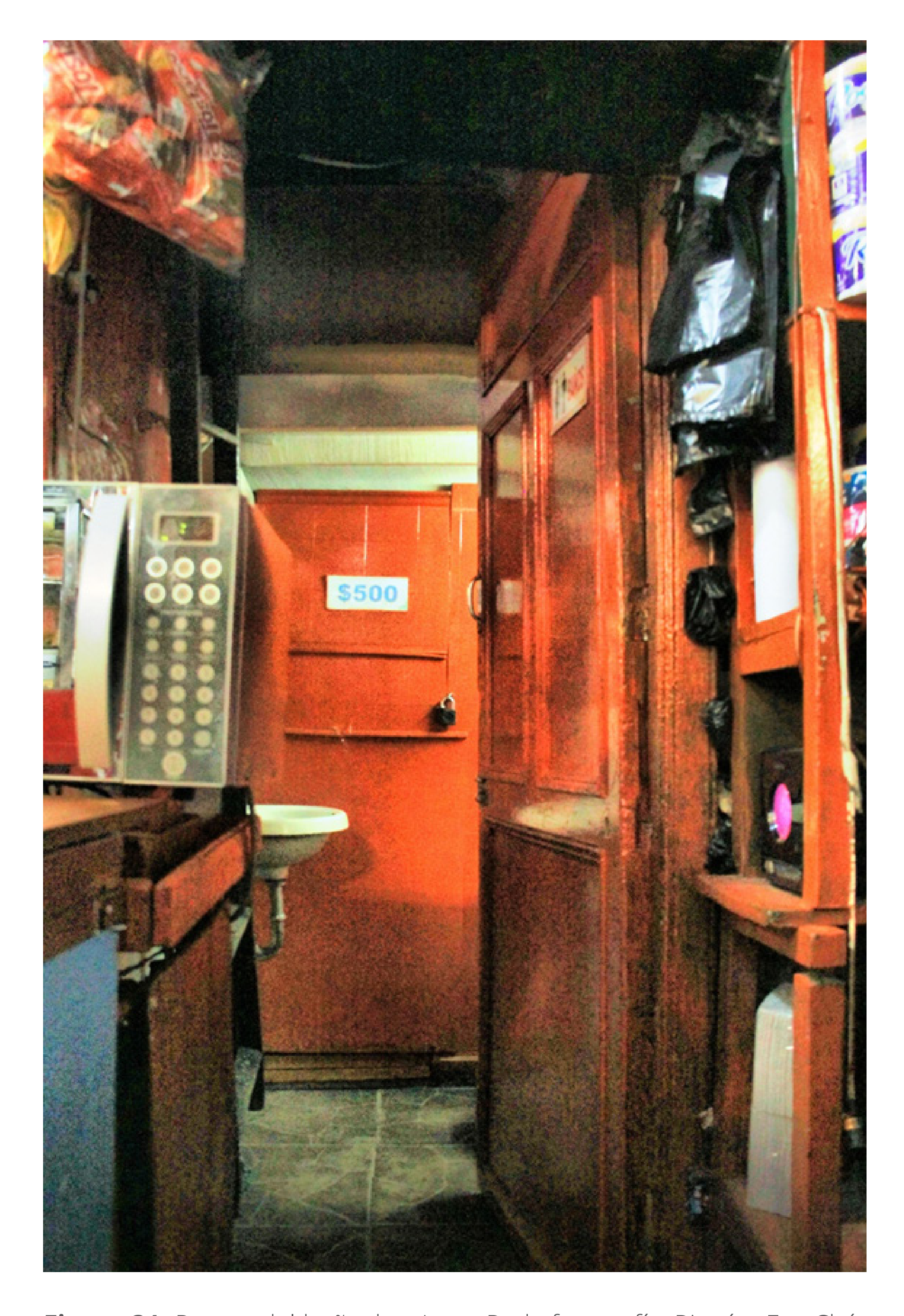


Figura 31. Puerta del baño, bar Luna Park, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2019.



Figura 32. Costo por el servicio de baño, fotografía: E. y Chávez, W., 2018.



Figura 33. Interior del baño, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 34. Detalle, interior del baño, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

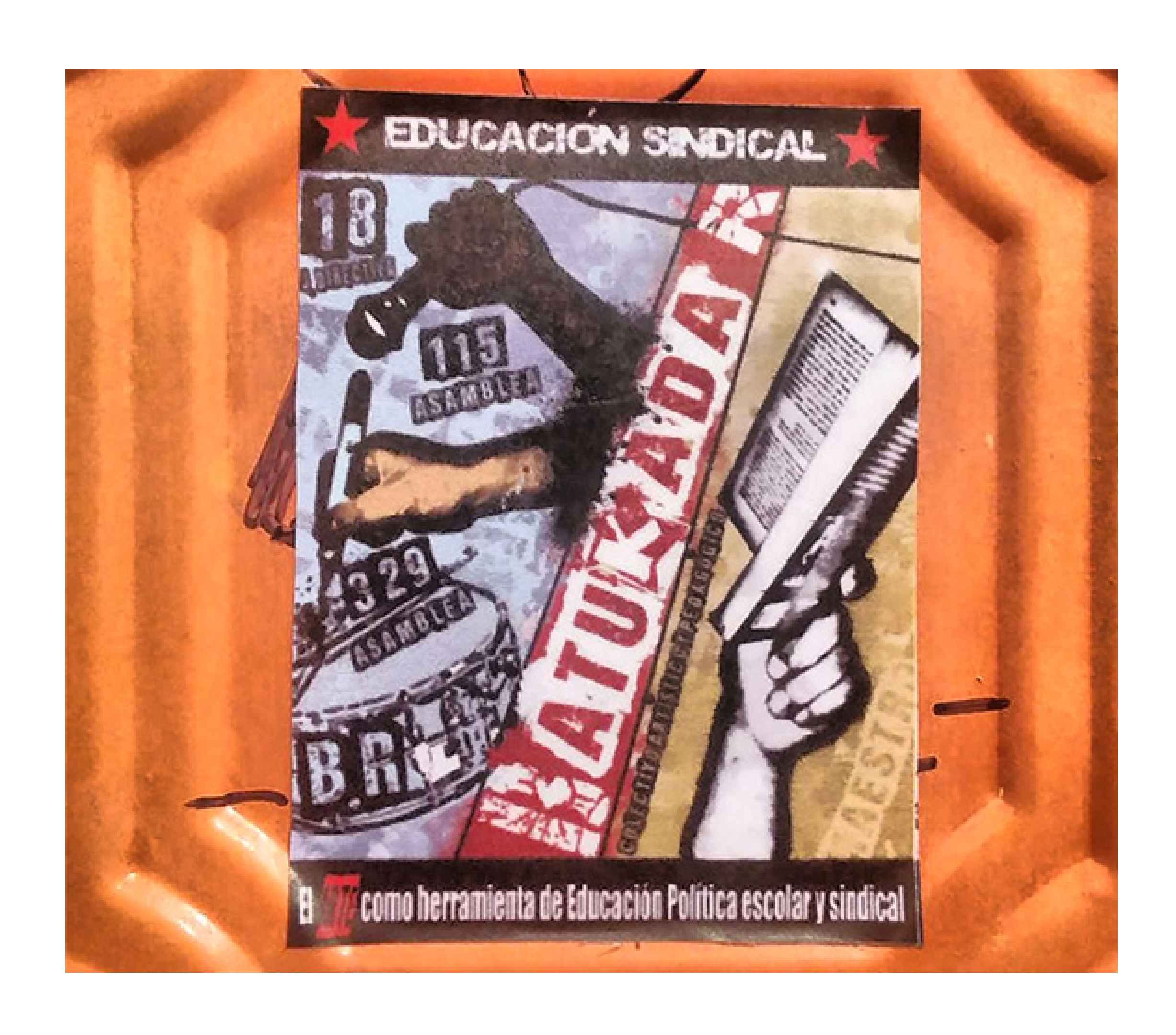


Figura 35. Detalle, interior del baño, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

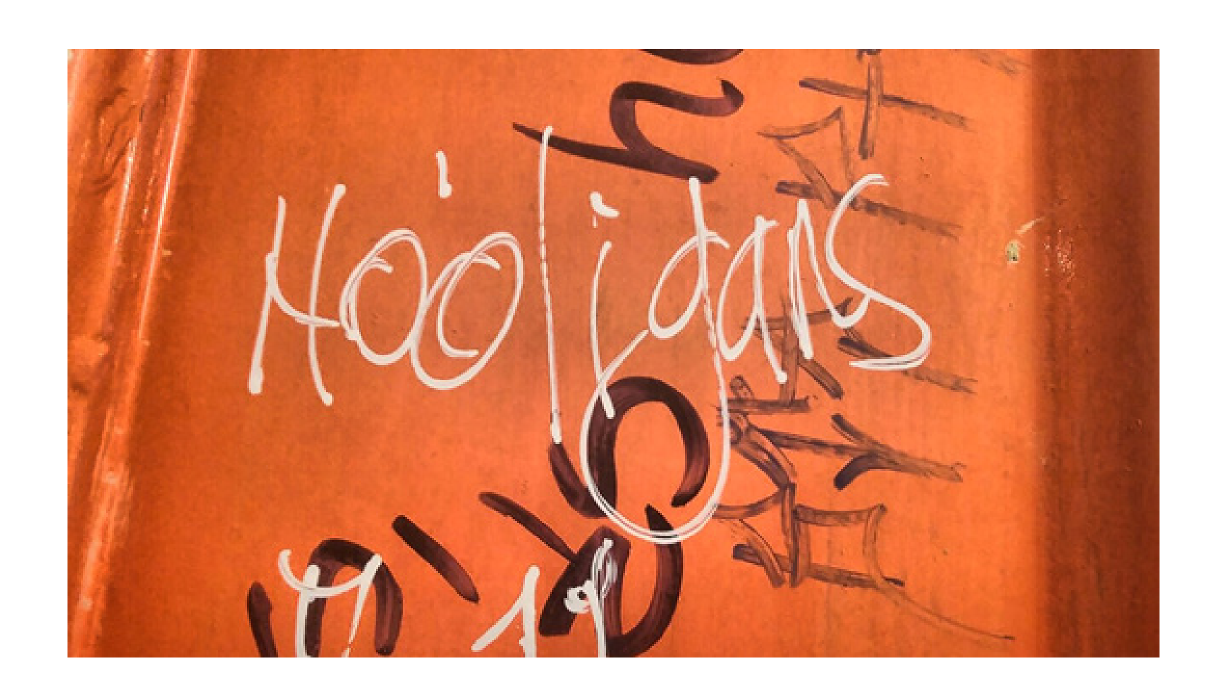


Figura 36. Detalle, interior del baño, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 37. Detalle, interior del baño, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 38. Puerta del baño, bar Luna Park, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2019.



Figura 39. Puerta del baño, bar Luna Park, fotografía : Rincón, E. y Chávez, W., 2019.



Figura 40. Detalle, interior del baño, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 41. Detalle, interior del baño, Fuente: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 42. Detalle, interior del baño, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 43. Detalle, interior del baño, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 44. Detalle, interior del baño, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 45. Detalle, interior del baño, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 46. Detalle, interior del baño, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 47. Detalle, interior del baño, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.



Figura 48. Detalle, interior del baño, fotografía: Rincón, E. y Chávez, W., 2018.

Referencias bibliográficas

Alcaldía de Bogotá. (2009). *Bogotá, una memoria viva*. Bogotá: Imprenta distrital.

Álvarez, S. (2009). Fútbol y manipulación social. *Cafyd*. Recuperado de: https://www.cafyd.com/HistDeporte/htm/pdf/2-13.pdf

Augé, M. (2000). *Los «no lugares» espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa editorial.

Bernárdez, R. (2009). Transparencia de la vejez y sociedad del espectáculo: pensar a partir de Simone de Beauvoir. *Revista de Investigaciones Feministas*, (0)1. pp. 29-46.

Carreira, A. (2008). Florecimiento y ocaso de los cafés en Bogotá. *La Tadeo, 73*, pp. 81-93.

Colectivo Sonsonete. (2010). Goles son amores al igual que sus colores. *Colectivo Sonsonete*. Recuperado de: http://colectivosonsonete.blogspot.com/

Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo XXI.

García, O. (2018a). *Patología del diseño, fundamentos básicos*. Bogotá: Fundación Universitaria San Mateo. Recuperado de http://palma.sanmateo.edu.co

García, O. (2018b). *GRAPHO BOG. Ciertas Reflexiones sobre la gráfica en Bogotá*. Bogotá: Fundación Universitaria San Mateo. Recuperado de http://palma.sanmateo.edu.co

García, J. & García-Norato, M. (2019). Acumulación de capitales, el marco detrás del conflicto en el Occidente de Boyacá. *Revista de Investigación Desarrollo e Innovación, 9*(2), pp. 289-301.

González, L. (1981). *El arte sacro en la normativa de la iglesia* (Tesis doctoral). Universidad de Navarra, Pamplona, España. Recuperado de: https://core.ac.uk/download/pdf/83562104.pdf

Gotas de Tinta. (2014). Poesía rescatada. *Gotas de tint*a. Recuperado de: http://gotasdetinta.co/16/literatura-poesia_rescatada.html

Llorens, J. (2011). *La lealtad de los aficionados al fútbol. Una explicación en base al valor de marca de su equipo y su nivel de implicación* (Tesis doctoral). Universidad Jaume I de Castelló, España.

López, P. & Marín, A. (2013). *La Sociología que viene: ¿Qué piensan los jóvenes sociólogos madrileños*. Madrid: Editorial Fragua.

Meneses, J. (2008). El futbol nos une: socialización, ritual e identidad en torno al fútbol. *Culturales, 4*(8), pp. 101-140.

Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia. (2013). *Resolución 2674*. Bogotá D.C.:Ministerio de la Protección Social de Colombia.

Ramírez-Ibarra, R. (2015). Paisaje urbano y fragmentación en la ciudad. *Revista Bitácora, 25*, pp. 123-130.

Sánchez, J. (03 de febrero de 2015). El digital signage acompaña nuestras visitas al baño. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: http://blogdigitalsignage.com/noticias/hardware-de-digital-signage/el-digital-signage-acompana-nuestras-visitas-al-bano/

Semana. (2011a). Jugar mientras orina. *Semana*. Recuperado de: https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/jugar-mientras-orina/234014-3

Semana. (2011b). Entró en vigencia restricción de venta de licores en Bogotá. *Semana*. Recuperado de: https://www.semana.com/nacion/articulo/entro-vigencia-restriccion-venta-licores-bogota/241778-3

Sennett, R. (1979). *El declive del hombre público*. Barcelona: Ediciones península.

Significados. (2019). Antítesis. *Significados*. Recuperado de: https://www.significados.com/antitesis/

Restrepo, J. (2001). "El espectador" de Colombia" Agonía de un periódico. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, 76*.

Rivera, S. (2010). *Ch'ixinakax utxiwa: una reflexión sobre prácticas y discursos descolonizadores*. Buenos Aires: Tinta Limón.

Portilla, Y. & Daza, C. (2018). *Conflicto armado en Colombia: Un recorrido infográfico*. Bogotá: Editorial Fundación Universitaria San Mateo. Recuperado de http://palma.sanmateo.edu.co

Zuleta, M. (2006). La violencia en Colombia: avatares de la construcción de un objeto de estudio. *Revista Nómadas*, (25), pp. 54-69.

CAFÉ PASAJE

Omar Alonso García Martínez



Figura 1. Álvaro Vásquez Uribe propietario de Café Pasaje, fotografía: Chávez, W., 2018.

RESTRICCIONES, HISTORIAS, POLÍTICA Y CAFÉ



Figura 2. Café Pasaje 1960, fotografía: Vásquez, Á., "Archivo personal", 1960.

Los trajes de paño y el tinto caliente podrían describir la Bogotá de antaño; aquella que era vestida por el olor del café y el agua de panela, y la cubría un abrigo gris como la neblina para el frío característico de la también conocida "nevera". El Café Pasaje toma su nombre porque en la década de los años 1930, en lo que conocemos hoy como la plazoleta, existía un edificio con las mismas características de donde está ubicado el café. Convertía este espacio en un espejo, de esa forma tomó su nombre; entre las dos (2) arquitecturas se crea un pasaje, por ese motivo, desde el inicio el café ha llevado este nombre[1].

El señor Jorge Mario Vásquez (1926–1996), ingeniero de profesión, decidió dejar su vida en Puerto Salgar, donde construía tanques de combustible, para aventurarse al sueño capitalino. Esta decisión no fue conducida por la economía personal, para aquella época sus ingresos eran bastante buenos, sin embargo, la idea de ciudad se convertía en un lugar de deseo, en un desafío. De esa forma el señor Vásquez adquiere El Café Tía Juana primero y al poco tiempo compra el Café Pasaje en 1936.

Entonces, para ese momento el café ya existía, tenía otro dueño[2], el señor Elías Toro quien lo administró seis (6) años. Como lugar público, el Café Pasaje comienza a funcionar alrededor de 1930. También es importante resaltar que, para la época, el café como producto de consumo local e internacional tenía bastante proyección económica; se estaba posicionando

---

1 Su nombre proviene de "un desaparecido pasaje peatonal que iba de la Avenida Jiménez a la Calle 14, el cual separaba dos módulos gemelos que conformaban el edificio Santafé y que se encontraban uno frente al otro" (…) Tanto el módulo oriental como los demás edificios de la manzana fueron demolidos en 1970 por el Distrito para mejorar el aspecto del Centro y construir la Plazoleta del Rosario, originalmente bautizada Plazoleta Guillermo León Valencia. ¨El pasaje en un principio y la plazuela posteriormente, se llenaron de Cafés (…) como el Tía Juana, el Rhin, el Granada, el Sorrento, el Tequendama (…) el Salón Fontana (1955), La Romana (1965) y La Plazuela (1974) ¨ (…). Los primeros cinco (5) desaparecieron por diversas circunstancias y los últimos tres (3) aún sobreviven. (Barón, 2015)

2 Jorge Vásquez fundó el Café Pasaje en 1936, pero antes había inaugurado Tía Juana, en la séptima con calle trece. La construcción del edificio Santafé, ubicado en la carrera sexta con calle catorce, en un costado de la hoy Plazoleta del Rosario, cautivó a don Jorge y decidió trasladar su negocio, cambió su nombre y desde ese día ha funcionado sin cerrar sus puertas. (Díaz, s.f.)

como uno de los mejores del planeta. Además, como una idea de conexión entre la historia general y la historia propia del lugar, se puede atribuir una relación con el mercado y la estética del Café Pasaje.

Desde inicios del siglo XXI, uno de los principales mercados del café fue en los Estados Unidos y el modelo estético del lugar tiene un aura similar a la estética norteamericana por los objetos, fotografías y formas que en él habitan. También ligando un poco el proceso del café, el señor Jorge Mario Vásquez entró en la cadena de cafeteros, siendo posiblemente uno de los últimos eslabones de producción hasta el cliente final, además un pequeño propietario del café. En este sentido, a continuación, se expone una breve introducción al concepto del café y su influencia en el mercado:

> Rápidamente los Estados Unidos se consolidaron como el primer mercado de demanda de café y así mismo Francia y Alemania fueron los mercados más atractivos para los caficultores colombianos. Alrededor del café muchas generaciones crecieron e hicieron de él una forma no solo de sustento familiar, sino de vida. No obstante, con la caída internacional de los precios en las postrimerías del siglo XIX y comienzos del XX se necesitó un novedoso modelo de exportación cafetera apoyado en el apoderamiento campesino del occidente del país. El primer auge histórico del café fue de El señor Vásquez tuvo una especie de amor a primera vista, con los ahorros que consiguió 1905 a 1935, gracias a la creación de la Federación Nacional de Cafeteros en 1927. Afirma el portal de Internet de la Federación: “[...] el café ofrecía la posibilidad de tener una agricultura intensiva, sin mayores requerimientos técnicos y sin sacrificar el cultivo de productos para la subsistencia, generando las condiciones para el crecimiento de una nueva caficultura, dominada por pequeños propietarios”. (González, 2012)

Posiblemente el señor Jorge Mario tuvo una lectura de la situación económica del país para ese momento; veía el pleno crecimiento del café como un producto insignia. De esa forma, dejó a un lado en su labor de ingeniero y crea tanques de gasolina; a sus treinta años no dudó en hacerse a este espacio. Deduciendo que estas oportunidades la vida solo las presenta una vez, no tuvo que meditar demasiado sobre esta idea, la imagen del café se veía como un negocio rentable.

> El café se propagó fácil en la economía campesina por la facilidad en su manejo y la poca inversión de capital que requería, por ello la pequeña propiedad surgió al lado de la hacienda y le compitió como negocio, pues no tenía los costos que implicaba mantener una gran explotación, ni los conflictos de intereses entre propietarios y trabajadores. (Machado, 2001, p. 85)

Como los cafeteros, se tenía que pensar en un espacio donde operar, de esa forma, cuando toma la decisión de administrar el café el señor Jorge Mario, este no era como lo conocemos en la actualidad. Su espacio era menor, a su costado izquierdo se ubicaba una sastrería (lugares típicos para la época, por lo general. los trajes eran confeccionados a la medida). Por otro lado, a los pocos años se mudó, esto propició la ampliación del espacio, el cual desde ese entonces mantiene las mismas dimensiones.

El Café Pasaje está ubicado en la Carrera 6a #14 -33, en el primer piso del edificio Santafé de estilo Streamline[3]. Tiene vecinos bastante prestigiosos, al costado sur está la Universidad del Rosario, al costado norte tiene al eje ambiental de la calle 13 y el Museo del Oro y atrás el San Francisco Bolo Club y la antigua editorial del diario *El Tiempo*. Dichos lugares garantizaban una afluencia de público en el arte de tomar café, además, frente de él está la plazoleta del Rosario un lugar simbólico en el país.

> La historia del sitio donde hoy se encuentra la Plazoleta del Rosario, se remonta a la fundación de Santafé de Bogotá en el año de 1538. Este sitio a través de 479 años ha sido escenario de múltiples acontecimientos de trascendental importancia para el país, y es evidencia viva de la metamorfosis que ha sufrido la ciudad, la transición entre el periodo colonial y republicano, y los esfuerzos de modernización en los siglos XX y XXI. Así entonces, sus antecedentes históricos son imprescindibles para estimar su valor como lugar significativo. (Diaz, 2016, p. 2)

---

[3] Streamline Moderne, también denominado Art Moderne, es un tipo tardío de la arquitectura Art Déco y diseño gráfico... Estilo que surgió en la década de 1930. Su estilo arquitectónico se enfocaba en formas curvas, largas líneas horizontales y, a veces, elementos náuticos. La arquitectura moderna incluye otros subtipos además del Art Moderne/ Streamline. (Simplifique Moderne, s.f., Traducción del autor)

No siempre ha sido un lugar común, un espacio de la diversidad, por lo general, los espacios obedecen al tiempo en el que viven; las actitudes, las restricciones y las formas de diversión cambian con las dinámicas del mundo. En la época cuando el café fue administrado por el señor Jorge Mario, tenía una particular prohibición, una especie de pequeña sociedad disciplinada, un panoptismo[4]; no aceptaba el ingreso de mujeres al establecimiento, solo permitía que su clientela fuera masculina, una forma de disciplinar el comportamiento del ser. Esto produce una imagen en la actualidad algo abrumadora porque el comportamiento del mundo, en relación con los conceptos de género, ha mudado bastante. No obstante, podemos centrarnos un poco en la imagen de la mujer de aquel tiempo.

> Debía ser justa en la casa, pero sin dejar de guardar las distancias establecidas con sus dependientes (sirvientes e hijos), y así mismo debía aceptar pasivamente su posición subordinada en la sociedad. - Debía efectuar el trabajo doméstico con gran orden y eficacia, pero estaba incapacitada para desarrollar otras labores fuera del hogar que no se relacionaran con el mundo femenino. - El uso del tiempo libre, ya no sólo se debía limitar a las oraciones, sino que se les exigía estudiar y trabajar para lograr mujeres más independientes, pero sin olvidar sus obligaciones femeninas. - Los problemas de tristeza, tedio, melancolía y/o cansancio que vivían algunas damas en el hogar se podían solucionar con resignación, orden y disciplina en la casa, evitando el ocio y llevando un régimen higiénico y sano: pero no se debían averiguar o discutir las razones de tales preocupaciones. (Bermúdez, 1987, p. 82)

---

[4] El panoptismo, tenemos al disciplinamecanismo: un dispositivo funcional que debe mejorar el ejercicio del poder volviéndolo más rápido, más ligero, más eficaz, un diseño de las coerciones sutiles para una sociedad futura. El movimiento que va de un proyecto al otro, de un esquema de la disciplina de excepción al de una vigilancia generalizada, reposa sobre una transformación histórica: la extensión progresiva de los dispositivos de disciplina a lo largo de los siglos XVII y XVIII, su multiplicación a través de todo el cuerpo social, la formación de lo que podría llamarse en líneas generales la sociedad disciplinaría. Toda una generalización disciplinaria, de la que la física benthamiana del poder representa el testimonio, se ha operado en el transcurso de la época clásica (Foucault, 2002, p. 212).

El machismo de la época, asumido socialmente por parte del señor Jorge Mario, estaba institucionalizado; la formación de la mujer era provista de una limitada libertad. En términos de Foucault (2002), tanto el hombre como la mujer han vivido en una cárcel separada por el género, sin embargo, las mujeres eran tratadas de otra forma[5]. Además de existir prohibiciones éticas, pensamientos asociados a lo sexual, también predominaban las proscripciones a espacios, donde posiblemente se daría mala imagen a los cafés; creaban una imagen poco recomendada, asociándolas a la prostitución o a la vida alegre (como se denominaba coloquialmente).

Sin embargo, la imagen de la mujer en un recinto público era bastante compleja pero las cuentas y las necesidades comunes hacían que ellas tuviesen que trabajar, ganando en ocasiones reprochables manejos por su cliente. En ese sentido, desde los años 1920 algunos lugares abren sus puertas a las mujeres como empleadas; en muchos de estos espacios se les atribuía el nombre de "Las coperas[6]" al personal femenino que presentaban servicios de meseras, cocineras y hasta psicólogas, brindaban compañía y escucha para los hombres que necesitaban ser escuchados,

No obstante, esta actividad fue condenada moralmente por la sociedad. En esta vertiente, el señor Jorge Mario se sentía representado, la idea que suponía de la mujer estaba ligada al hogar. Este proceso se modificó cuando Álvaro, el hijo del señor Jorge Mario, comenzó la administración del café y estableció normas que dialogan con la época, por ejemplo, modificó los ro-

---

[5] De ahí la decisión de construir dos (2) penitenciarías, una para los hombres, otra para las mujeres. Allí, los presos aislados estarían obligados "a los trabajos más serviles y más compatibles con la ignorancia, la negligencia y la terquedad de los criminales". (Foucault, 2002, p. 127)

[6] No hay registros exactos sobre el origen de su oficio. Según Mario Echeverry Baena, dueño de El Mercantil, desde muy pequeño las veía trabajar en los cafetines de su bella Antioquia y, posteriormente, en la capital. "Las coperas, las meseras, las ficheras empezaron hace 'toneladas' de años. Cuando llegué a Bogotá ya había muchos cafés, 20 o 30 quizás, y todos usaban meseras y coperas". (Romero, 2014)

les[7] impuestos. Así, implementó estéticas diversas entre lo arquitectónico, lo objetual y el proceso de habitad de un espacio por el ser humano.

Desde la administración de Álvaro Vásquez (aproximadamente 40 años), el café se ha convertido en un lugar de lo común; asisten diversidad de públicos, políticos, abogados, estudiantes y extranjeros. En realidad, no es lugar exclusivo, desde la década de 1980 siempre ha sido un espacio que acoge a todo público. Esto tiene diferentes lecturas, en términos de visita de extranjeros a la capital, pues se ha intensificado en las últimas décadas.

El estigma de ser uno de los países más peligrosos del mundo hizo que el contacto con el exterior hubiese sido menor que en el resto de los países del sur del continente. Por lo general, es fácil encontrar asentamientos de extranjeros en países como Perú, Argentina, Chile, Brasil, Uruguay y Venezuela (especialmente después de las guerras mundiales del siglo pasado). Lo anterior creó una especie de hibridación cultural que mantuvo sus costumbres, al mismo tiempo que adicionaba algunas nuevas del lugar.

Sin embargo, en Colombia esta migración no tuvo el mismo impacto como en otras latitudes. Lo anterior se le atribuye en gran parte la violencia, actor determinante desde la llegada de los españoles. Conocimos el mundo, sus lenguajes y tradiciones con los familiares o amigos que viajaban y documentaban sus viajes en grandes tertulias, aquellas que fueron contadas también en El Café Pasaje. Por otra parte, la migración del café comenzó a mudar con las dinámicas propias de la ciudad; el centro como motor cultu-

---

[7] En los roles están implicados tipos esenciales de creencias. Esta circunstancia puede percibirse a través de la diferenciación de esa creencia con respecto a dos palabras conexas: “ideología” y “valor”. La creencia puede separarse de la ideología de una manera ingenua. La afirmación “los trabajadores son oprimidos por el sistema” es una sentencia ideológica. Dicha afirmación ‘ideológica es una fórmula de conocimiento, lógico o ilógico, para un determinado grupo de condiciones sociales, la ideología se transforma en creencia en el momento en que se vuelve conscientemente implicada en la conducta de la persona que la sustenta. La ideología se confunde a menudo con la creencia porque el conocimiento es confundido con la creencia. ‘Te amo’ es, corno fragmento del lenguaje, una expresión cognitiva coherente; si es o no verosímil depende de otros factores que SI se tratara de una oración completa, si es expresada por una persona a otra en un momento apropiado, etcétera (Sennet, 1978, p. 47).

ral y económico, con centros educativos, laborales y profesionales, abre el camino para que más habitantes (hombres y mujeres) tengan sus centros de operaciones en el centro de la capital. Esto causa que la demanda de los lugares de tertulias y la bohemia se conviertan en los indicados para las reuniones sociales pos-trabajo, pos-académicas o intelectuales.

> No existía entonces placer comparable con la tertulia acompañada de una taza de café. Y fue en los años veinte cuando este placer se popularizó en toda la ciudad con el mismo ímpetu con que esta iba creciendo y "modernizando" sus formas no solo de ver la vida urbana, sino de construirla. Antes se tomaba café en billares, cigarrerías o cantinas; pero rápidamente los cafés ganaron espacio en la bohemia y el ocio bogotanos. Las personas que compartían el café podían ser hacendados sabaneros, estudiantes o literatos, y los mismos cafés se distinguieron por el prestigio de sus visitantes, aunque fueron en esencia una forma de sociabilidad de la incipiente clase media bogotana. (Carreira, 2008)

El Café Pasaje ha sido un lugar especial para personajes de la vida pública del país[8], servidores públicos lo visitaban bastante, porque están a solo tres (3) calles del Congreso de la República. Sin embargo, imaginan que por los propios problemas de seguridad ellos prefieren otros espacios no tan concurridos.

> En la época de mi padre Jorge Mario era habitual ver caminando a las grandes personalidades del país por este sector. Definitivamente era otra ciudad, la imagen de los políticos en el pasado se pueden comparar con las grandes estrellas del espectáculo de la actualidad; caminaban sin esquemas de seguridad, los podíamos ver sin la espectacularidad propia de los tiempos modernos, movidos por la cultura del espectáculo.

---

[8] El Café pasaje, herencia de El Automático (cuando por un largo tiempo éste dejó de existir algunos se pasaron para allá). El pasaje quedaba detrás en la carrera sexta y ahí estaba la entrada del Jockey Club, entonces mucha gente sobre todo los bohemios ricos pasaban a ese lugar. Entre los ricos e importantes estaba Jorge Rojas gran poeta y naturalmente Nicolás Gómez Dávila, el escritor, el ensayista que ahora han traducido al alemán y al italiano y aunque no puede decirse que sea herencia de Gómez Dávila, sí hubo una influencia en algunos de ellos, especialmente de Rojas en cuya casa se reunieron muchas veces. (Uregui, 2009, p. 71)

> Un ejemplo de ello es que, al respaldo del café, en la carrera séptima, unos metros al sur de la calle 13, fue asesinado el caudillo Jorge Eliécer Gaitán, el cual no tenía protección, como la necesitan en la actualidad. Empero, por los pasillos del café circularon constantemente presidentes como Julio César Turbay, Misael Pastrana, Eduardo Santos, Belisario Betancur, Carlos Lemos y Andrés Pastrana y diversos alcaldes como Antanas Mockus, el cual le rinde un homenaje como "Lugar valioso de la ciudad". (Autor, 2018)

Durante bastante tiempo el café era frecuentado por señores adultos, o de la tercera edad, que se reunían por lo general hacer algún tipo de negocios, como diligencias judiciales. Además, era bastante extraño ver la imagen de los jóvenes en este lugar. Como se mencionó con anterioridad, el café realmente tenía una especie de restricción simbólica, no jóvenes, no mujeres. Esto nos conduce a pensar, en las sociedades del pasado y su relación social, que existía una especie de fronteras invisibles donde algunos personajes no pueden habitar.

Esto nos transporta a un fenómeno actual, con estos límites sociales que se establecen en diversos puntos de la ciudad, entonces, al parecer este suceso conduce a una conclusión: la herencia de la violencia simbólica, psicológica y física, heredada posiblemente desde el enfrentamiento político, conservadores y liberales en la década de 1930. Luego se consolida el periodo de la violencia; más adelante las guerras mediadas por el narcotráfico y últimamente las disputas entre equipos de futbol, teniendo un eje común, los colores. En este sentido, los procesos de las fronteras invisibles se extendieron en las urbes con mayor fuerza desde los años 1990.

> [...]1990-2002 y se pudieron delimitar tres momentos, en los que predominó uno de los escenarios: de 1990 a 1993 primó la violencia asociada al narcotráfico y a otras actividades ilícitas organizadas; de 1994 a 1998, la violencia por reivindicación económica o del honor, y de 1999 a 2002, la violencia territorial en la que se enmarcan las llamadas fronteras invisibles, modalidades que complejizan el problema, dado que profundizan la intromisión en la vida de la población civil, constituyen un ingrediente para mantener y reconfigurar las estructuras ilegales de la ciudad, e implican un referente geográfico con delimitaciones espaciales o simbólicas de mayor fuerza. (López, 2014)

Se podría pensar que el Café Pasaje es un puente simbólico entre la equidad de género. Intentar combatir ese tipo de violencia contra la juventud y las mujeres, una tarea que no fue fácil para Álvaro Vásquez, ya que se oponía a la tradición de varias décadas. Sin embargo, recuerda en su niñez que varias mujeres visitaban el café, acompañadas de sus familiares. Esto era bastante curioso para el lugar, no obstante, estos encuentros no eran casualidades, siempre coincidían con la temporada taurina en Bogotá, es por eso que en ese momento la ciudad cambiaba, la estética se hacía algo más familiar.

Las parejas caminando con sus hijos, algunos de ellos desfilaban por la ciudad, al mejor estilo de la alfombra roja, luciendo sus mejores galas; críticos y otros que enloquecían por las estrellas de la tauromaquia[9]. Cabe recordar que la cultura taurina ha tenido gran incidencia desde el periodo colonial y en la consolidación de Estado, con diversos tipos de apoyo por diversas clases sociales en varios puntos de la capital; también con dificultades y enfrentamientos que no son de nueva data, y hasta el presente se generan diversas discusiones. Alfredo Molano explica la tauromaquia como un ejercicio dialéctico:

> En la Nueva Granada, "los toros eran la diversión popular más apetecida", como lo dejó escrito el arzobispo de Quito. El nombramiento como cardenal de un hermano del virrey Solís (1753) fue celebrado con seis corridas de toros "con diestros traídos de Honda, algunos de los cuales cabalgaron sobre los toros más bravos en medio del entusiasmo frenético de la multitud", a decir de Alfredo Iriarte. "Las fiestas calaron hondo en todos los sectores de la sociedad neogranadina. Los indígenas, especialmente, tomaron una notable afición por los toros y llegaron a desarrollar formas muy particulares de lidia. Oviedo señala que llegaron a ser famosos para torear los indios de Coyaima, Natagaima y Ataco. Los negros, de quienes se ha dicho que carecían de

---

9 En la década de 1950 era muy común ver los domingos a empresarios y críticos de la ¨fiesta brava¨ comentando la jornada y planeando las temporadas taurinas de la Plaza de Toros la Santamaría, inclusive ver a toreros como Pepe Cáceres y Manolo Zúñiga Villaquirán. (Jiménez, 2016, p. 31)

> espíritu para la fiesta brava, hicieron memoria en Santafé, Cali, Medellín y Cartagena" (1). Carlos III (1716-1788) fue un monarca ilustrado pero despótico bajo cuyo gobierno fueron expulsados los jesuitas de todo el reino y tuvo lugar la Insurrección de los Comuneros (1781). Así mismo prohibió las corridas de toros en España y sus dominios ultramarinos. En la Nueva Granada, la pragmática norma se cumplió, pero no se obedeció y el virrey, Messía de la Zerda, gran aficionado, autorizó una corrida con cuatro toros, y en forma privada, en su hacienda El Aserrío se continuó celebrando la fiesta brava. El último virrey, Amar y Borbón, volvió a permitir los festejos. (...) Veinte días después del grito de Independencia, el 20 de julio de 1810, se celebró la primera corrida republicana. Antonio Nariño, gran aficionado, fue elegido presidente y con tal motivo hubo toros. Lo mismo cuando Bolívar se hizo cargo de las fuerzas rebeldes en 1815. El Libertador era, según el cronista inglés Robert Proctor, "sumamente aficionado a las corridas de toros". El 22 de enero en Bogotá se corrieron toros de los hacendados sabaneros con toreros de a pie. Durante el régimen del terror de Pablo Morillo (1816-1819), la "inmolación de reses bravas fue sustituida casi totalmente por la matanza de patriotas". Después de la Batalla de Boyacá volvieron los toros a Santafé. Los toros se corrían en varios barrios: Las Nieves, San Victorino, Santa Bárbara, y en los pueblos cercanos de Chapinero y Fontibón. Desde cuando el gobierno de Mosquera declaró el 20 de julio día de la Independencia, el festejo mayor de toros se hizo en la Plaza de Bolívar. (Molano, 2017)

Estas disputas que se recrean en el texto de Molano hacen referencia directa a una relación de poder que tenía este tipo de espectáculos. Porque la ciudad de forma idealizada debía mudar su estética y su percepción de seguridad no solo cuando la feria taurina entraba en escena. Esto posiblemente tenga una explicación desde la lectura del Café Pasaje: en una temporada de ventas y concurrencia de público visitaría aún más el centro de la ciudad; las esferas bajas, medias y altas concurrirían de diversas formas a este tipo de espectáculo; algunos para presenciar de primera mano el ruedo y otras para presenciar el glamor criollo, agolpándose en las entradas de la plaza de toros. El sistema de seguridad supuestamente debería cambiar porque la percepción de los espacios públicos en Bogotá no ha

sufrido cambio tan significativo, por los señalamientos por los problemas asociados a la violencia.

Durante bastante tiempo, Álvaro Vázquez ha liderado una especie de campaña de embellecimiento del centro, en especial, de la Plazoleta del Rosario. Álvaro reconoce que el Café Pasaje es bastante importante para la ciudad, siendo un contenedor de historias que han tenido valores generales e individuales. Conservar el valor simbólico ha sido complejo por los diversos cambios de épocas, no obstante, él observa que durante su experiencia en el lugar existe una idea en común. El uso de mala forma de la representatividad del centro como eje cultural, social y político de los sujetos que en ella se desplazan.

Para él, el problema ha sido heredado por cada gobierno local, sin presentar realmente una solución al proceso de habitar el centro. Algo que encuentra particular en la falta de iluminación, la plazoleta en su lectura y experiencia se pierde. Esto hace que retóricamente se convierta en un espacio de inseguridad, por la percepción que rodea el concepto del centro, sumándole su poca iluminación. Sobre este aspecto, la relación de seguridad está asociada de diversos comportamientos simbólicos que ofrece o carece cada lugar, según Angelino Mazza (2009), las ciudades tienen códigos de comportamiento de seguridad.

> La ciudad en que vivimos envía, sin embargo, señales cotidianas de peligro y de miedo. Nos las envía a través del comportamiento de la gente, a través de la calidad y del estado de sus edificios y de sus lugares, a través del esmero con que es gestionada; el ambiente construido envía señales que pueden ser generar ansiedad o seguridad, a través de los usos de la ciudad y las prácticas que favorece, induce, inhibe o desalienta. Envía señales con sus ruidos, con sus luces y con sus ritmos, transmite mensajes a los propios habitantes y a quien la visita, mediante las presencias o los vacíos en sus espacios. (Mazza, 2009, p. 52)

El Café Pasaje es un lugar que custodia testimonios privados; si el mobiliario tuviese la virtud de hablar, estos serían objetos casi confesionarios,

conociendo incidencias de la vida política de nación, entendiendo como se pensaba la economía, luchando con el nuevo público que necesitaba este espacio. La historia del café es una historia que construye significados simbólicos en Bogotá, aquella que es similar desde sus comienzos, la cual habla de los desplazamientos de miles de campesinos o pobladores de la provincia para la ciudad; que es construida como millones de emigrantes que adoptaron la capital como propia y que aún continúan siendo un espacio de convergencia.

La ciudad cambia dramáticamente, en el último siglo, la imagen del café (Figura 2) no ofrece una de la ciudad rural que con el paso del tiempo se convierte en un mito; con el crecimiento poblacional, las mega construcciones y los cambios estéticos y culturales. Esa ciudad de hace aproximadamente 90 años se convierte en una ficción, al igual que casi todo el pasado, siendo posible que se reconstruya por medio de las narrativas orales y escritas; también con las tecnologías como la fotografía que hace posible que estos espacios se conviertan en ventanas de lo cotidiano. Cabe rescatar que en los últimos años dichos espacios tradicionales han tomado bastante importancia en diversas investigaciones, que exponen su importancia; causan que las generaciones propias del café y las más recientes, encuentren en este lugar un espacio con el diálogo, con la tertulia.

SEMILLA DEL DEPORTE

El Café Pasaje, posiblemente, ha sido el lugar con más ideas ejecutadas en la invención o creación de eventos deportivos en la capital o el país. Su tradicional relación con las tertulias, las disputas y anécdotas de cientos de viajes de sus visitantes, hizo que muchas de ellas se concretaran con el olor de café y la dinámica espumante de la cerveza. Anteriormente hablábamos de la relación de la fiesta brava con el café, el cual tenía una particularidad con la prohibición del ingreso de mujeres, solo era permitido para las empleadas y las damas de la élite colombiana. Sin embargo, en el café, aparte de servir como lugar que acogía los amantes de la tauromaquia en las temporadas, también fue gestor en la producción de este evento.

> En la década de los 50 también era muy común ver los domingos a empresarios y críticos de la "fiesta brava" comentando la jornada y planeando las temporadas taurinas de la Plaza de Toros la Santamaría, inclusive ver a toreros como Pepe Cáceres y Manolo Zúñiga Villaquirán. (Jiménez, 2016, p. 47)

La fiesta brava en Bogotá actualmente ha perdido la fuerza que la caracterizaba; los movimientos ambientalistas, en gran medida, se han opuesto a esta actividad pues supone una especie de maltrato como espectáculo. Anteriormente se suponía que era un enfrentamiento entre lo racional (el

hombre) y lo salvaje[10], que no tiene nada que ver con el comportamiento actual del pensamiento crítico de esta época, el cual protege a los animales como a los humanos.

De la misma forma, ese tipo de reproche se ve reflejado con la sociedad élite de colombiana. En décadas pasadas los políticos y empresarios eran elogiados, a modo de enviados divinos; se convertían en la imagen platónica de parte de la sociedad, los cuales era idolatrados, como estatuas religiosas que no se pueden tocar y las acciones que realizaban estaban provistas de una falta de crítica, realmente se convertían en gamonales del país. Sin embargo, la imagen de parte de la élite se ha desfigurado considerablemente en los últimos años, posiblemente, por las tecnologías de comunicación que hacen que estas semi-divinidades, muestren su lado humano asociado al error, la corrupción y las injustas decisiones de impacto social[11], haciendo que eventos tradicionales como el toreo, se asocie a este tipo de comportamiento social.

Otro de los deportes emblemáticos de inicios del siglo XX fue el hipismo (las carreras de caballos) pero en comparación a la fiesta brava, esta disciplina apagó sus luces casi de manera definitiva. El hipismo y El Café Pasaje tienen una relación bastante cercana, en este espacio también se pensaba en la producción, en el goce de la emoción de la competición y en las apuestas.

Un dato importante para la difusión de los espectáculos como el hipismo fue que el café tenía en la década de 1950 uno (1) de los únicos televisores

---

[10] El toro de lidia no entra en ninguna de esas categorías. No es un animal salvaje, puesto que es criado por el hombre, ni un animal doméstico, puesto que cualquier tauromaquia supone la preservación de su instinto natural de hostilidad hacia el hombre llamado “bravura”. Para este animal, una vida conforme a su naturaleza insumisa e indomable debe ser una vida libre y natural, y una muerte conforme a su naturaleza de animal bravo debe ser una muerte en la lucha contra aquel que atenta contra su libertad y le contesta a su supremacía en su propio terreno. (Wolff, 2011)

[11] ¿Cómo es posible concluir que son los medios los responsables de la crisis de confianza en los políticos y en los partidos políticos? Es decir, ¿cómo podemos sustentar la afirmación de que esa mala imagen de la política y de los políticos que predomina en los contenidos e ideas transmitidos por los medios tiene el efecto de provocar, a su vez, un deterioro en la concepción que tienen los ciudadanos sobre la política y los políticos? (Uriarte, 2001)

que existían en la urbe; hizo que este lugar fuera pionero del espectáculo mediado por las tecnicidades. Para la época del hipismo, el café tuvo otro apelativo; se convirtió en "el Famoso 5 y 6", asociado directamente al arte de un letrero en forma de herradura el cual tenía marcados estos números; simbolizaba el gusto por el hipismo. Esta imagen también se une con las apuestas de los caballos y con la disputa política que, a manera de retórica, convergieron en una historia satírica.

> Una actividad muy especial y poco recordada que tuvo el café fue la de las apuestas a carreras de caballos. Al pasaje iban aficionados de la hípica a tomar café, tertuliar, ver carreras en uno de los pocos televisores de Bogotá y apostarles a los jockeys que corrían con puras sangres criollos de nombre como Apocalipsis, El Diablísimo y Sacachispas. El negocio conocido como el "5 y 6" era organizado por Jorge Vázquez al a entrada del café. Era tanto el éxito y la fama de juego que, en ocasiones, para las elecciones del Congreso de marzo de 1966, Vázquez tuvo la idea de organizar una "polla electoral" que funcionaba como las apuestas de caballos, pero apostándole a otro tipo de bestias: los políticos aspirantes al Senado. Como en el 5 y 6, en la polla electoral cada puesto o formulario valían cien pesos de la época y debía estar debidamente sellado. El concursante tenía la oportunidad de apostar libremente por equipos; así unos iban por los del Frente de Transformación Nacional, otros por los ospinistas, y otros por el general que todos sabemos. (Barón, Lasso, & Rodríguez, 2015, p. 100)

El futbol tiene un espacio indiscutible en El Café Pasaje. Al entrar al lugar presenciamos un ambiente Pub inglés[12], en gran medida, el lugar es un tributo al futbol. El equipo de futbol Independiente Santa fe, sin duda, se gesta dentro de los alrededores de la plazoleta del Rosario, al igual que un

12 Un pub se diferencia de un bar o una cafetería. El bar suele tener un menú más escaso y poca gama de cervezas ya que se centran más en vinos y otros licores. El Pub, por el contrario, suele tener una carta de comida más amplia, licores y bebidas sin alcohol, pero se centran en una gran selección de cervezas de grifo y embotelladas. Como ya os contamos en nuestro artículo sobre la cerveza, Reino Unido es un país con una amplia oferta en esta bebida, lo que motiva que sea posible encontrar pubs con hasta más de 30 grifos de cerveza (...) Su decoración también es especial, con muebles de madera labrada, techos recargados, moquetas, cristales opacos o grabados, espejos, sofás de cuero o incluso chimeneas que hacen la estancia más hogareña y agradable (...) El término pub es un término inventado

terreno de juego; las ideas se movilizaron en diferentes lugares, algunas tuvieron el rigor creativo, otras fueron más prudentes (defensivas) y otras se concretaron. El historiador Alfredo Barón, y el periodista Camilo Rueda coinciden en que el equipo santafereño fue creado en el antiguo café Rhín[13], este café era vecino del Café Pasaje, y por las modificaciones arquitectónicas que esta parte de la ciudad el café Rhín[14] desapareció, según Rueda:

> Ese día, en el Café del Rhin, en el centro de la ciudad, un grupo de 16 estudiantes dio nacimiento a una institución que se convertiría en símbolo deportivo y en pasión del pueblo bogotano. El grupo de fundadores estaba integrado principalmente p or egresados del Gimnasio Moderno, que desde un par de años antes habían conformado un equipo de exalumnos con el que jugaron un partido de fútbol con motivo de los 25 años de ese colegio. El vínculo entre ellos

---

en la época victoriana como abreviatura de Public House. Sin embargo, fueron los romanos los que les dieron a Inglaterra sus primeros pubs hace casi dos mil años, gracias a las tabernas, unos locales en los que se servían comida y vino (y probablemente también la cerveza local), y que fuera mostraban hojas de vida para anunciar su comercio. Cuando los romanos se fueron, las tabernas desaparecieron. Tras las tabernas llegaron las Alehouses, viviendas en las que se elaboraban y servían su propia cerveza, convirtiéndose en lugares donde la gente del pueblo pudiera reunirse. La expansión del comercio motivó el aumento en el tráfico de mercancías y personas en las carreteras, lo que originó que surgiera un nuevo tipo de establecimiento, la posada. Las primeras posadas estaban en manos de monjes que ofrecían refugio y alimento a los viajeros, así como bebidas. Durante el reinado de Isabel I surgieron las tabernas, donde comer y beber de forma relajada. A diferencia de las Alehouses, las tabernas ofrecían más comodidad y servían mejor comida. Las tabernas prosperarían especialmente en el siglo XVIII, cuando se convirtieron en el lugar de moda. A mediados del siglo XVIII el término taberna fue reemplazado gradualmente por el de casa pública. Cada vez fue más común la creación de public houses especialmente diseñadas, con interiores llamativos, espejos lujosamente decorados, paredes de azulejos y vidrio grabado, dando lugar al pub actual. Los graves problemas de alcoholismo motivaron una fuerte regulación por parte del Gobierno, con normas que todavía hoy siguen vigentes, como el hecho de que los pubs sigan cerrando sus puertas a las 11 de la noche y cinco minutos antes suene la campana para alertar a la gente a comprar la última bebida. (Ramírez, 2014)

13 Ubicado en el Pasaje Santa Fe. Este "pasaje" era un callejón ubicado donde hoy queda la Plazoleta del Rosario, sobre la Avenida Jiménez, en el centro de Bogotá. Comenzaba en una esquina de la sede del periódico *El Tiempo* (hoy City TV) y terminaba en la calle 14, en la puerta del Colegio del Rosario. Sobre él quedaban oficinas, librerías, heladerías y el Café del Rhin. Rueda Navarro, Camilo. La fundación de Independiente Santa fe. tomado de: https://historiadesantafe.wordpress.com/tag/cafe-del-rhin/

14 Como el Café Rhín desapareció con la demolición del edificio Santafé, la memoria bogotana desorientada relacionó inmediatamente al Café Pasaje con la fundación del famoso equipo de fútbol. (Barón, 2015).

> perduró y algunos habían ingresado al Colegio Mayor de Nuestra señora de Rosario, cerca al Café del Rhin, en el Pasaje Santa Fe del centro de la ciudad, donde se reunían en sus ratos libres. (Rueda, s.f.)

El Café Pasaje adoptó al Independiente Santa Fe haciendo una analogía con algunos refranes populares “Padre no es el que crea, padre es el que cría”. Esto mismo le pasó al café, acogió la historia de una forma responsable y respetuosa de su antiguo vecino el café Rhín. Este vínculo, posiblemente viene de la idea de mantener las tradiciones sociales que rodean el café, y el futbol es una de ellas. Una vez se ingresa al lugar se reconoce el aura de este deporte, sin embargo, dentro de esta diversidad futbolera, se rescata una imagen entre muchas, asociadas al equipo Independiente Santa fe.

Esta es una placa que reconoce la importancia del Café Pasaje en la historia del club. En la parte superior está la emblemática camiseta roja, de la marca deportiva Umbro, con algunos destellos blancos que resaltan sobre ese fondo cálido. En la parte superior izquierda está el emblema del club, acompañado de las ocho (8) estrellas del torneo local y dispersas por varios espacios de la tela; con varios autógrafos de jugadores, reconociendo al último gran icono del club, el argentino Omar Pérez. La parte inferior de la camisa tiene una franja blanca con la descripción “Independiente Santa Fe, fundado febrero de 1941, Café Pasaje, barra 25” y, en la parte inferior de rectángulo enmarcado, está una placa en metal de color dorado la cual tiene en su interior la siguiente descripción:

> Independiente Santa Fe. El primer campeón. Independiente Santa Fe S.A., su junta directiva y su presidente César Augusto Pastrana Guzmán en conmemoración del septuagésimo sexto aniversario de su fundación al Café Pasaje, Lugar donde nuestros próceres gestaron nuestra hidalga institución, para la gloria de su escudo, su ciudad y su hinchada. Dado a los 28 días del mes de febrero de 2017.

Por parte de la institución, esta placa ratifica la importancia del café como lugar de tertulia alrededor de la conformación del club deportivo.



Figura 3. Placa entregada por el Club Independiente Santa Fe, fotografía: García, O., 2017.

El deporte que más glorias le ha brindado al país también tiene parte de su historia en el Café Pasaje. Con el reciente triunfo de Egan Bernal, en el *Tour de France* del 2019, la historia se activa, recordando las grandes hazañas de los pedalistas nacionales, que con gran esfuerzo y disciplina logran batir adversidades comunes en nuestro país. Sin embargo, el triunfo de la máxima carrera de ciclismo por parte de Bernal hizo que, de nuevo, el café sobresaliera; dentro de sus instalaciones, la vuelta a Colombia fue pensada, se acompañó de discusiones políticas, económicas, culturales y judiciales que era lo común para este lugar.

Corría el año de 1951, entre los meses de noviembre y diciembre, motivados por la locura Efraín Forero Triviño, varios empresarios pensaron que se podría realizar un evento de tal magnitud, por gran parte del territorio nacional, donde las comunicaciones terrestres eran bastante precarias. Esto hacía que los deportistas de esa época fueran laboriosos de otros campos, los cuales utilizaban las bicicletas como medio de transporte. No obstante, la idea causó gran impacto dentro de un grupo de entusiastas, haciendo posible la Vuelta a Colombia.

> A Efraín Forero Triviño lo tildaron de loco, incluso de irracional, el día que propuso la creación de una prueba de 10 etapas que recorriera el país. Que cómo se le ocurre, que nadie va a poner dinero para una travesía suicida, que nadie va a querer participar, por la dureza del terreno, fueron algunas de las frases altivas que escuchó este zipaquireño cada vez que trató de materializar su idea.
>
> La ambición y la furia, generadas por el orgullo, llevaron a un joven de 20 años –que apenas pedaleaba en su bicicleta de mensajero para ir de su casa a la Planta Colombiana de Soda, donde trabajaba en Zipaquirá– a tocar puertas durante un año por Bogotá. Con su propia visión de las cosas intentó defender lo indefendible, intentó demostrar que había personas con un umbral de dolor tan alto que eran capaces de resistir la severidad que él proponía. Ciclismo puro, ciclismo de leyendas, lento y certero.

> Donald Raskin, un inglés que adoraba las bicicletas como si tuvieran vida, y Guillermo Pignalosa, un empresario de avisos luminosos, fueron los únicos, en principio, que escucharon la propuesta sin tener de antemano un no en la punta de la lengua. La locura cuerda también llegó a los oídos de Pablo Camacho y Jorge Enrique Buitrago, periodistas de El Tiempo, quienes organizaron una reunión en el Café Pasaje, en el centro de Bogotá, para evaluar las opciones reales que había. Ese día también llegó Enrique Santos Castillo, dueño del reconocido periódico, del que se esperaba fuera el patrocinador de la competencia. No todo coincidió con los planes, pues Santos no se negó, pero tampoco tomó el riesgo de manera inmediata.
>
> Y ante la duda, y aprovechando la oportunidad, Forero hizo una propuesta: hacer él solo las dos primeras etapas demostrando que sí era posible, físicamente, realizar la carrera. Si un ciclista pequeño, delgado, aparentemente frágil, podía ir de Bogotá a Honda y luego a Manizales, no había razón por la que otros, mucho más preparados, no estuvieran en condiciones de hacer el recorrido. (El Espectador, 2017)

Sin duda, este lugar es parte importante de la memoria deportiva del país, difícilmente se puede hallar un espacio donde coincidan la creación de eventos culturales de gran impacto en la sociedad en diversas ocasiones. También relata un poco el entorno del café sus visitantes; personas que fueron motivadas por ideas quijotescas, que fueron descabelladas para la época, pero que en la actualidad se han convertido en iconos de la ciudad y algunas de la nación, indicando que muchos de los pensamientos revolucionarios tienen olor a café.

UN ESPACIO DE DESEO

Las luces de neón, los afiches, las fotografías, y los emblemas que llenan cada espacio del café, hacen que sea un espacio casi salido de las escenas de cine. Sin duda, el café hace que nos traslademos a otro lugar, donde la estética en los negocios es recurrente, pero en un país donde su contacto con el extranjero tuvo que ser, en mucho de los casos, mediados por la televisión o el cine, para reconocer que su arte estaba asociado a una forma de consumo que no era tan tradicional.

Además de su impacto en la creación de eventos, el Café Pasaje puede ser uno de los pioneros en la estética Pub en la capital. Las tradicionales luces de neón, con una lúgubre oscuridad provista de la madera, que rodean el interior del café, lo convierte en una experiencia cálida (en términos físicos), con un tinte nostálgico, algo melancólico, como si esto tuviese relación con lo que algunos entendemos como memoria. De esa forma el café se convierte en un espacio de deseo, de querer contar dentro de sus instalaciones parte de historias que se convierten en ficción, y el mediador de esta posible reconstrucción o artilugio, en algunas ocasiones, son los medios de comunicación. Joel Candau (2006) propone este tipo de espacios como un tipo de congelamiento, como si esto fuese un tipo de glacial, el cual se crea por medio de las fuerzas de la sobreposición de capas.

En la expresión lugares de memoria hay que entender la preposición con el significado más de una pertenencia o una procedencia -son los lugares que pertenecen a la memoria que son producto de ella, que vienen de ella- que como una simple indicación de localización: los lugares en los que la

memoria se encarna. Si hay lugares que parecen sobre determinados por la memoria más destinados que otros para acogerla, es porque ésta ya trabajó allí y depuso con el correr del tiempo, capas sucesivas de sedimentos de memoria hasta tal punto que a veces satura de sentido estos sitios particulares. (Candau, 2006, p. 113)

Estos espacios particulares se convierten en el deseo de crear imágenes para muchos. Los realizadores audiovisuales recuren a este espacio por su estética; el aura que el Café Pasaje contiene, muy pocos lugares lo igualan porque en él se siente la presencia de la historia como un lenguaje nativo de este espacio.



Figura 4. Afiche del "pibe" Valderrama, fotografía: Chávez, W., 2019.

La estética del lugar está mediada en gran parte por el futbol. Una de las piezas que llama la atención es la imagen del Carlos “el pibe” Valderrama, con la camiseta azul de la Selección Colombia, utilizada para el mundial de Francia 1998. En la parte inferior de la imagen se nota un texto escrito por el propio capitán de la selección alusivo al Café Pasaje “Pibe V #10, Con mucho cariño para el Café Pasaje”. Esta imagen, en términos de memoria, nos lleva a pensar en otra época y otras circunstancias, pero el poder de la imagen tiene esta virtud: hace pensar lo que ella nos presenta, sin necesidad de leer entre líneas.

En la entrevista con el señor Álvaro, nos narra la historia de la imagen. Ella fue entregada por el propio “pibe” Valderrama en el año de 2019 a los hermanos Vásquez, algo que no hablaba la imagen. Todo fue mediado por una campaña de publicidad donde el café sirvió de escenario para un comercial de una casa de apuestas. De esa forma “el pibe”, como forma de gratitud simbólica, les hace entrega del afiche con su firma. Esta es una de las pocas evidencias físicas que tiene el café como objetos de memoria de esa forma de agenciamiento que en ocasiones visita el lugar. Serie internacionales, como *Narcos* de Netflix, han utilizado las instalaciones del café; de la misma forma que docenas de entrevistas, corto documentales, telenovelas y algunas cintas de cine, han frecuentado el lugar o utilizando el movilizar

LA OBJETUALIDAD DEL CAFÉ PASAJE

Gran parte del estilo Pub del café posiblemente se debe a un tipo de hibridación con el estilo americano de las sillas y las mesas del lugar, objetos que llaman la atención por pertenecer a la década de 1950 aproximadamente, además, le agregan al lugar un aire internacional. Como objeto de deseo, con cierta regularidad son prestadas como mobiliario para producciones de televisión o de cine, porque son prácticamente objetos únicos, recordando el concepto de Benjamín del aura.

Las sillas son traídas por Mauricio Vásquez desde Illinois, Estados Unidos en una fábrica de muebles. Los propietarios Vásquez acreditan que son de excelente calidad, recordando el refrán que todo tiempo pasado era mejor. Eso, en relación con lo objetual, tiene bastante significado porque son objetos industrializados, pero con una belleza singular, recordando la idea de la modernidad como arte utilitaria.

La estructura de las sillas es en metal cromado, y hasta el momento no han perdido esta aleación, se encuentran en perfecto estado; la parte superior, el espaldar, es de forma rectangular con ángulos curvos, sostenido a la estructura con tornillos. De igual manera, pero en dirección horizontal, se sujeta el cojín inferior; el material es un sintético que tiene semejanza con el cuero. Todo el mobiliario es de color rojo el cual crea una combinación tonal, bastante interesante, juega con los grises de la estructura con colores fríos y los brillos seductores de los rojos del material de los cojines, proponiendo una armonía. Además, estas formas, líneas y colores juegan

un papel importante en la idea de tertulia porque las sillas acogen a sus invitados de forma que se hace placentero el tiempo en el lugar.

La combinación de las curvas también se presenta en el lenguaje de las mesas que acompañan las sillas, son redondas y no establecen límites de convivencia. La relación de lo radial invita a una convivencia entorno al café y la comida; hacen que estos objetos nos hagan recordar la década de 1920, aquella que su relación con la modernidad y la industrialización (la máquina) se comportarán como objetos orgánicos dentro de un hábitad. Provoca que la arquitectura y el mobiliario[15] se pensaran en forma conjunta y no como lenguajes apartados o distintos, y también se convierten en experiencias familiares.

Estos muebles, además de cumplir con la función normal de una mesa, a su vez, funcionan como escritorios pues algunos abogados (conocidos también como tinterillos[16]) utiliza las instalaciones como centro de operaciones, firman contratos, leen dictámenes, crean estrategias con sus apoderados. En fin, una cantidad de acontecimientos que, por lo general, son propios del ámbito privado, pero que en este espacio se convierten en público, destapando de alguna forma, la economía colombiana. A esta actividad,

---

[15] La estética mecanicista de la época estaba provocando grandes cambios. Frank Lloyd Wright (1867-1959) aceptaba la decoración orgánicamente ligada a la función. En su interés por una mayor unidad de las disciplinas ligadas al diseño, éste y otros arquitectos, como, Charles Rennie Mackintosh (1868-1928), Alvar Aalto (1898-1976) y Carlo Mollino (1905- 1973), incluyeron sillas en sus proyectos artísticos para interiores y edificios. En 1895 Wright estaba interesado en el Arts & Drafts (1850-1915) y en la artesanía manual. Por ello, se dio cuenta de que las líneas rectas podían lograrse mejor con la utilización de máquinas que en forma manual. En su conferencia de 1901, "El arte y oficio de la máquina", se mostró decidido al uso de la máquina, anticipándose al Movimiento Moderno de 1920 en arquitectura y diseño de muebles. (Anderson, 2013)

[16] Los tinterillos como un nuevo tipo de intermediario entre las comunidades marginadas y la cultura dominante. Los indígenas llegaron rápidamente a depender de estas personas, quienes ofrecieron sus habilidades en el uso del castellano y su formación académica para redactar peticiones y prestar otros servicios jurídicos. A pesar de la importancia de estos intermediarios informales, han recibido poca atención en la literatura académica. Aguirre señala que la revisión del papel de estos mediadores es importante para "entender las formas concretas en que la experiencia de la gente común y los marginados se enfrentan y utilizar la ley estatal", así como para "mejorar nuestra comprensión de las complejas negociaciones entre las culturas orales y escritas, blanco-mestizos y grupos indígenas, los mundos urbano y rural, etc.". (Becker, 2013)

el señor Álvaro Vásquez le saca provecho, muchos de sus clientes acuden al café para este oficio y haciendo comentarios de forma irónica, pero totalmente amable con a sus clientes, estipula un valor por el alquiler de las mesas como si estas fueran oficinas.

La pared que está en el costado sur del café tiene un singular homenaje. 21 imágenes cubren casi la mitad de este espacio, como distinción a la tragedia que tuvo lugar el 11 de septiembre de 2001 en Nueva York. Estas fotografías presentan las torres sucumbidas por los impactos, presentando fragmentos de ruinas, un par de ellas presentan los edificios como chimeneas aún en pie. En primer momento pensamos que esta tragedia había tocado la familia Vásquez, sin embargo, el señor Álvaro aclara que no es así, pero que esta tragedia les impactó mucho.

La espectacularidad del terrorismo hecho realidad con las noticias matutinas, una costumbre que se hizo hábito en las sociedades modernas, visualizada todas las mañanas, todos los días en la mesa del comedor, informando, naturalizando de cierto modo la violencia. Esta práctica genera algunos tipos de comportamientos como el dolor, el sufrimiento y la rabia. Al parecer la familia Vásquez fue afectada por el evento, que toma mayor dimensión cuando hace parte de la industria del espectáculo, las imágenes de la ficción transitaron al plano de lo que entendemos por real.

> Teniendo en cuenta que los mass media forman parte del entramado de la industria del ocio y que sus recursos discursivos beben principalmente de las técnicas de marketing empleadas en publicidad, todas sus emisiones, fundamentadas en el negocio del entretenimiento, buscarán principalmente la ampliación de las cuotas de audiencia. Para ello apelarán al espectáculo, a la estrategia del drama y a la inducción de expectativas en el telespectador que le hagan verse en la obligación de mantenerse siempre informado del desarrollo de los acontecimientos. Nada es inocente y nada es casual. Imagen, sonido y texto trabajan juntos para que, más allá del titular, mucho más allá de los datos objetivos, subyazca el verdadero motor, el verdadero motivo y el principal objetivo de la emisión. Cuando una noticia cubre todas las portadas, todos los titulares, mono-

> poliza los informativos y las redes sociales más vale la pena sospechar que hay algo más y oculto que nos está siendo transmitido. El espectáculo de la comunicación es también y fundamentalmente un espectáculo político. (Rial, 2015)

La pared se convierte en un eje nostálgico dentro del café, sin duda, fue un evento que golpeó al mundo de manera simbólica y espectacular. Así, el espacio rinde una especie de tributo a los caídos por el nefasto accionar. Desde la parte estética, el lugar tiene la influencia Pub y esta reseña gráfica dinamiza la relación internacional del lugar como un punto de unión y convergencia del transitar de los sujetos por el mundo.

En el medio se sitúan tres (3) imágenes, en la parte superior una publicidad de la cerveza Redds; en el medio un reloj en madera, de forma octogonal, el cual sigue cumpliendo una acción trascendental en este tipo de lugares donde las citas son su cotidianidad. En la parte inferior, las placas conmemorativas del Club Independiente Santa fe. Al costado oriente de la pared, se encuentran aproximadamente diez (10) imágenes de diversos tamaños, alusivas a algunos lugares del territorio colombiano, presentando las iglesias características de las plazas centrales de algunos pueblos.

Dentro de este espacio, también existe una imagen caricaturesca de Carlos "el pibe" Valderrama. Aproximadamente en la mitad de la pared existe una especie de cenefa (banner) que tiene publicidad de una marca de cerveza (Club Colombia) y del nombre del café, esta hace una transición con la madera característica que baja hasta el piso. Al costado occidental se sitúan dos (2) imágenes más de las torres gemelas y una (1) alusiva a al toreo con el Curro Romero, Mauricio Vásquez y José Tomás. Debajo de ellas, un espacio bastante especial, un marco donde reposan diversos reportajes de prensa, los cuales se centran en el Café Pasaje.

La pared del costado norte tiene más información, toda su dimensión es utilizada para la decoración del lugar. En el costado occidental seis (6) imágenes sobre Colombia y el café. Llama la atención un letrero luminoso re-

dondo casi en la mitad de este espacio de la marca Coca-Cola, acompañada por seis (6) imágenes de menor tamaño de la misma marca. De menor tamaño, pero arriba del aviso de neón, está una imagen de la cerveza Águila y Heineken. Por último, unas placas de automóvil de Nueva york, la Florida y Colombia. Este espacio tiene un diálogo de lo nativo a lo extranjero sin orden jerárquico

En el centro de la pared, al lado derecho, una publicidad redonda del aguardiente Néctar. Debajo de ella, tres (3) palos de golf, estos objetos se repiten en la tienda, creando alguna duda por la historia del lugar y si también el golf hace parte de la memoria del lugar, no obstante, son objetos de gusto, Mauricio, el hermano mayor, practica este deporte y, como objetos estéticos, hacen parte del lugar. Debajo de ellos, está un afiche de "Peña taurina la Macarena, Bogotá" de 1977. En la siguiente fila, en la parte superior un reloj rectangular con un círculo centrado con las indicaciones numéricas. Debajo de él, tres (3) imágenes alusivas al café. En la siguiente fila cuatro (4) imágenes, de menor formato, alusivas a cervezas locales. En el centro, una pantalla de televisión (60 pulgadas aproximadamente) donde emiten canales deportivos y las letras de las canciones (karaoke). De alguna forma, es una reminiscencia al concepto de la tecnología, recordando que el café fue uno de los primeros lugares en tener esta tecnología.

Abajo y en el costado derecho de ellas una serie de imágenes alusivas a la cerveza Club Colombia. El costado oriental de la pared, siete (7) imágenes de Colombia, características del lugar, siendo una de ellas un mapa del país. En este lugar se encuentra ubicada la imagen cedida por Carlos El Pibe Valderrama y debajo de ella sobresalen las fotografías en gran formato del señor Jorge Mario Vásquez y la señora Olga Uribe de Vásquez. Estas son las imágenes de mayor devoción por los propietarios del Café pues ellos fueron los que fundaron este lugar. Al lado de ellos, un espejo con algunos adhesivos alusivos a la cerveza Águila Light.

En la pared del fondo se visualizan las puertas de entrada del baño para mujeres y para hombres. Arriba de cada puerta se ubican dos (2) objetos representativos a la sexualidad, ropa interior cuelga de ellos como símbolos distintivos y ejemplificadores. En la puerta para el lugar de los hombres existe una placa de metal de la marca de cerveza Peroni. Arriba de las puertas y los objetos existe un anuncio luminoso de la cervecería Águila. Al costado derecho dos (2) repisas en las cuales reposan una variedad de cervezas de diferentes lugares del mundo. Llama la atención que existen dos (2) puertas más, la primera es de un refrigerador antiguo la cual tiene publicidad de la cerveza Heineken. La siguiente puerta el público no tiene acceso, siendo una especie de bodega.

El techo del lugar tiene una cantidad de banderas, entre ellas de equipos de futbol como el Barcelona, el Real Madrid, el Atlético de Madrid, el Inter de Milán. Además, banderas de países como Brasil, Portugal, Colombia y de los Estados Unidos. También encontramos de béisbol, y de marcas de cerveza. Algunos baldes cuelgan aleatoriamente de diversas marcas de cervezas.

En la parte de la administración del café encontramos de fondo su característico aviso luminoso, "Café Pasaje" arriba del aviso de tres (3) placas de automóvil, dos (2) de la Florida y una (1) de Alabama y debajo de la placa una de Nueva York. Debajo de todo esto, están dos (2) neveras que refrigeran cervezas y, en el centro, en una repisa en la parte superior, una colección de botellas de cerveza y debajo de ellas, las bebidas a la venta al público.

En el costado oriental está la entrada en el centro donde tiene un pequeño pasillo para entrar de madera. Una vez cruza la puerta, en el centro tiene un aviso de leds, indicando que deben cuidar sus objetos personales. Además, rodeando este, una serie de placas de automóvil internacionales. A los costados, los ventanales característicos del café, parte del concepto público-privado de este tipo de lugares.

El Café Pasaje es un lugar de encuentro con diversas historias que hacen posible este lugar; es un órgano vivo que se mantiene por la producción de tertulias que en él se continúan realizando. La caja registradora es un fiel testigo del pasar de los años, ha guardado tesoros, como las conversaciones, los amores oficiales y clandestinos, las diversas disputas políticas, económicas y culturales. Este objeto, es igual de antiguo al café, pero con mucha más experiencia que los demás objetos porque desde su panóptico ha identificado cada usuario; su mirada vigilante ha registrado a cada personalidad que visita este espacio, porque cada uno tiene historias que contar en el café.

Las personas que han visitado el café pueden estar casi seguras de que recuerdan cómo ha sido al menos una (1) de sus visitas, porque este lugar contiene una magia que hace que la memoria repose puntos que se anclan en el pasado, para poder hacer conexiones casi ficcionales que se mezclan con la idea de la realidad. Entrar al café se convierte en una experiencia sensorial, el olor del café y del pasado se mezcla con los sonidos de las cafeteras, las puertas de las neveras y el murmullo entre risas, palabras y cantas; bañado todo el escenario de colores cálidos provenientes de una imperceptible neblina que suponemos como aura. Las imágenes que se elaboran son casi cinematográficas, las luces de neón nos transportan a los mundos de los años 1940 y 1950, aquella que el pintor estadounidense Eduard Hopper nos presentó con su imaginario de los lugares público-privado.



Figura 5. Álvaro Vásquez Uribe (propietario de Café Pasaje), fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Figura 6. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Figura 7. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.

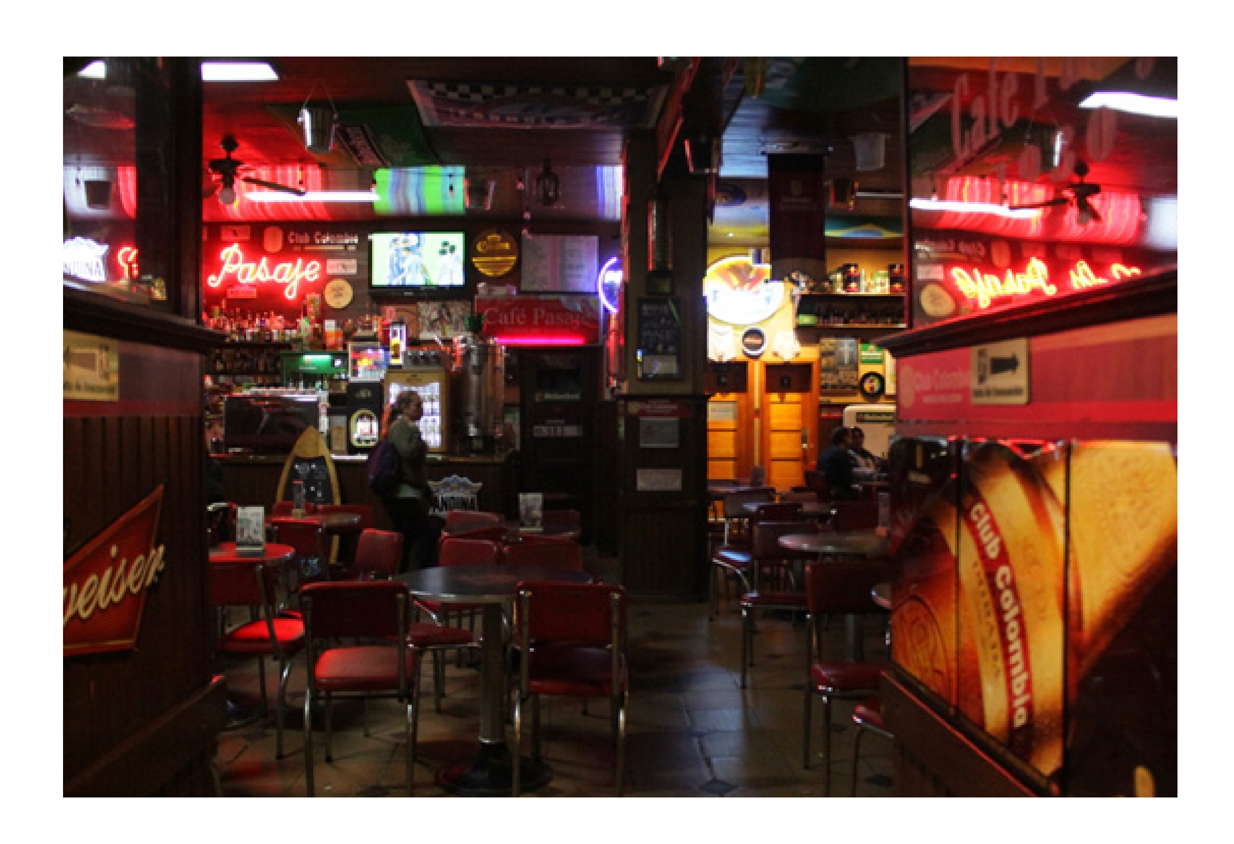


Figura 8. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.

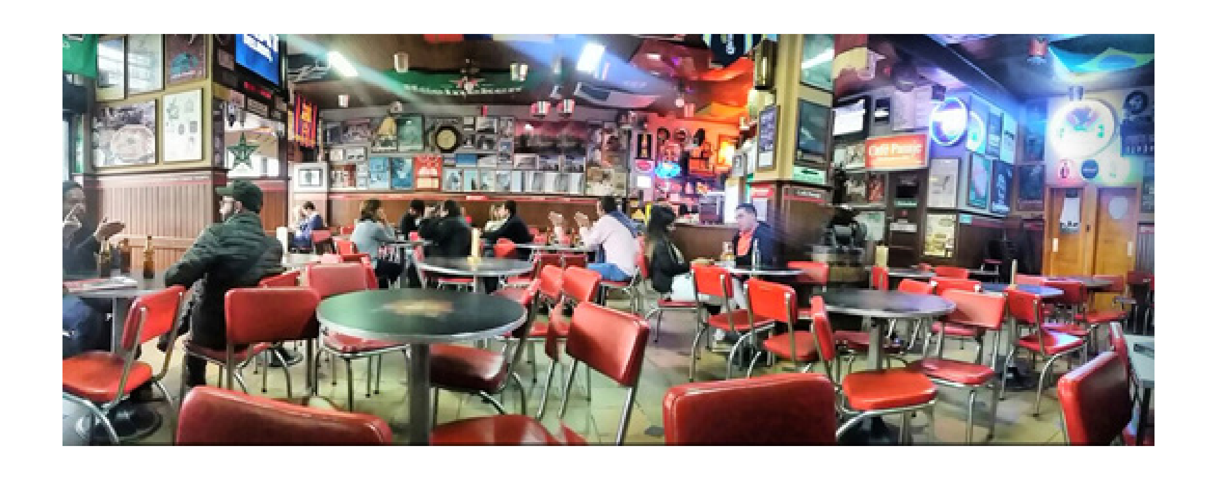


Figura 9. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.

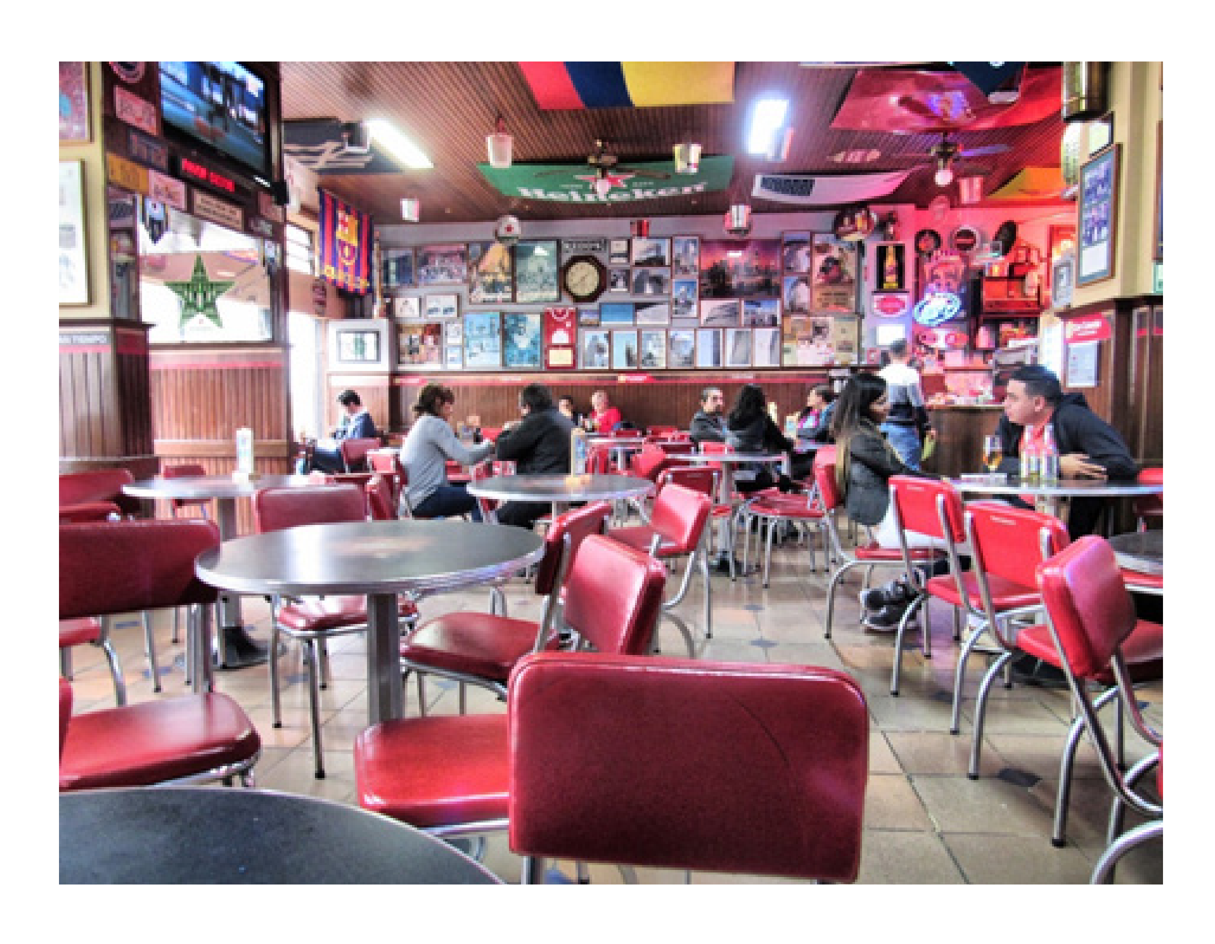


Figura 10. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.

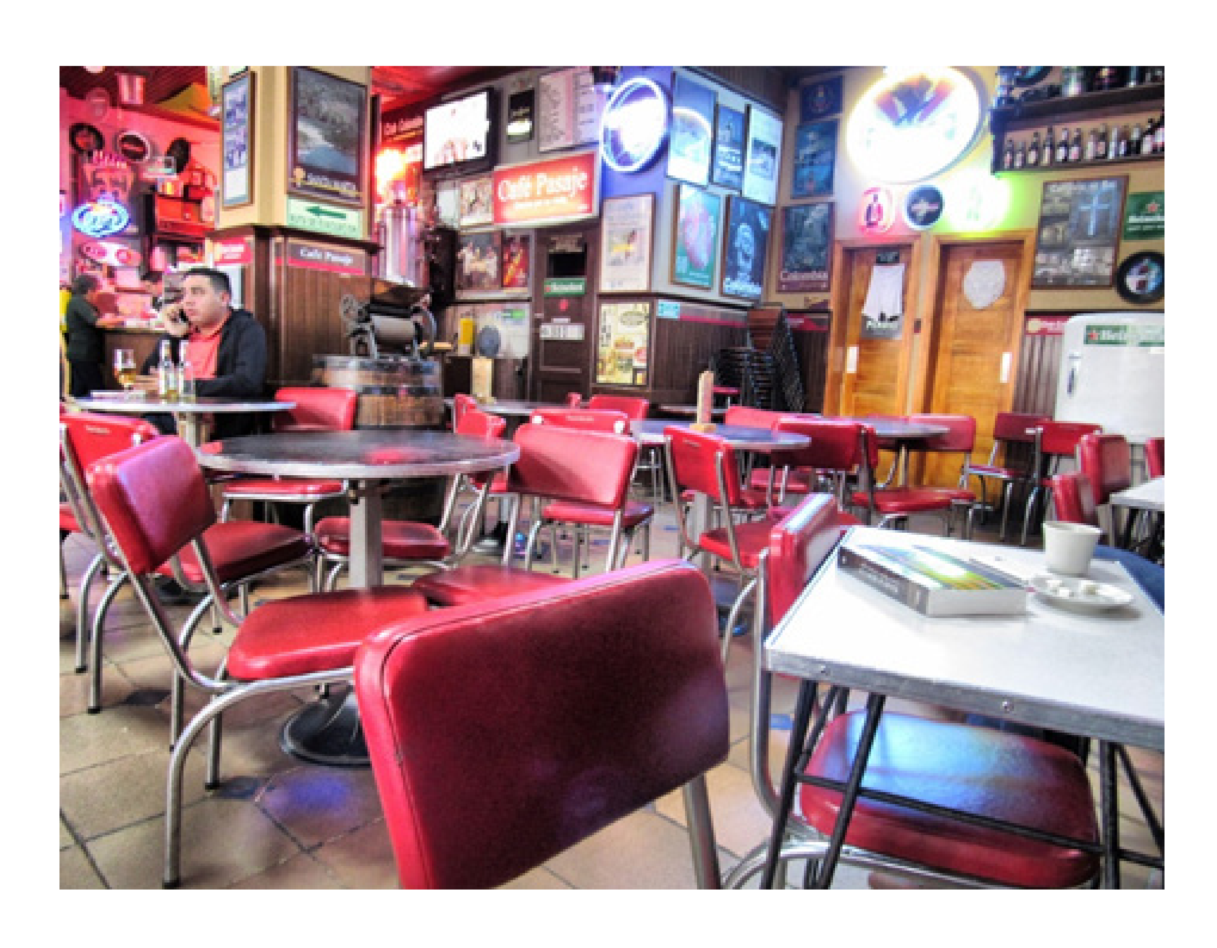


Figura 11. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.

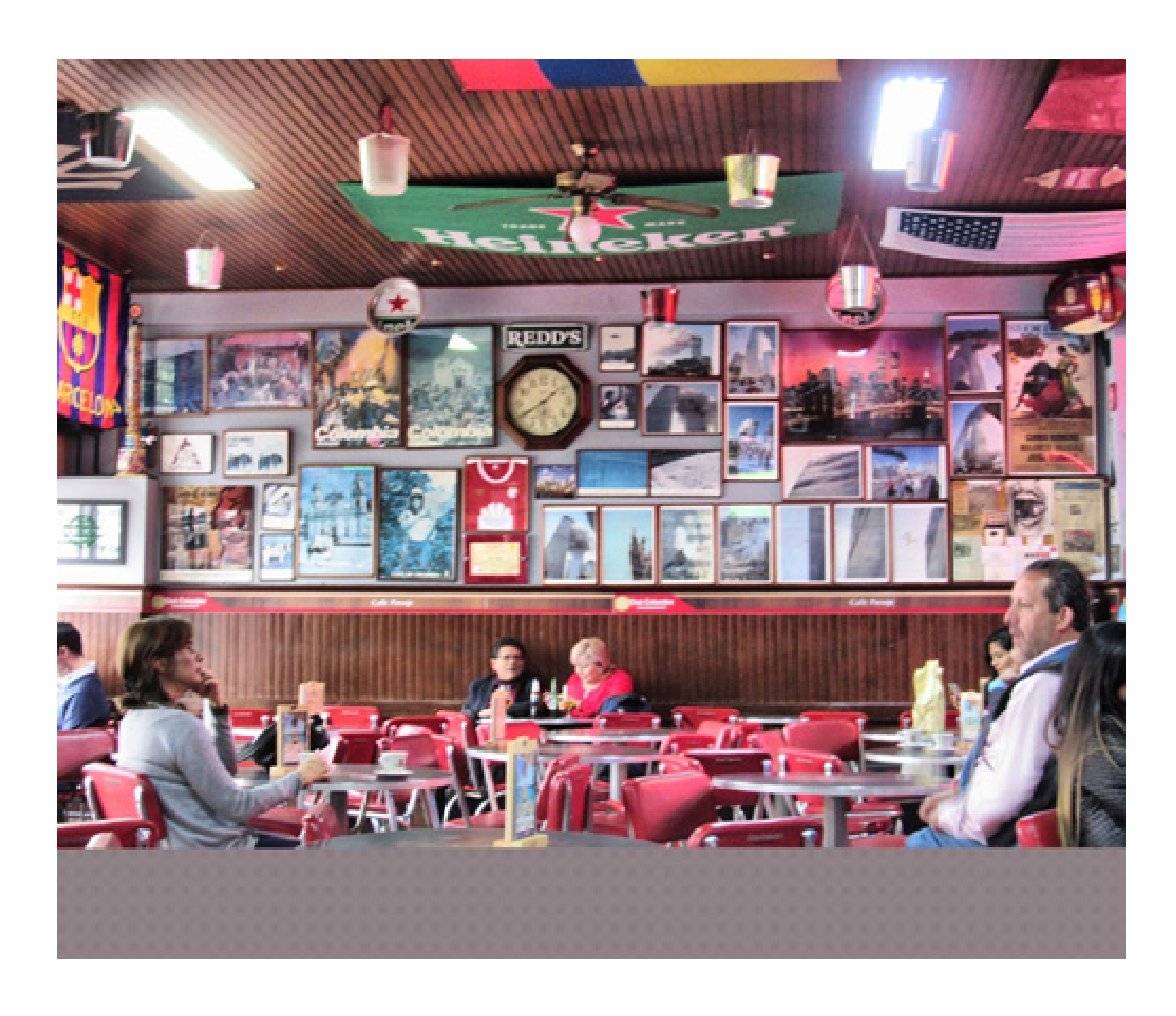


Figura 12. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Figura 13. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.

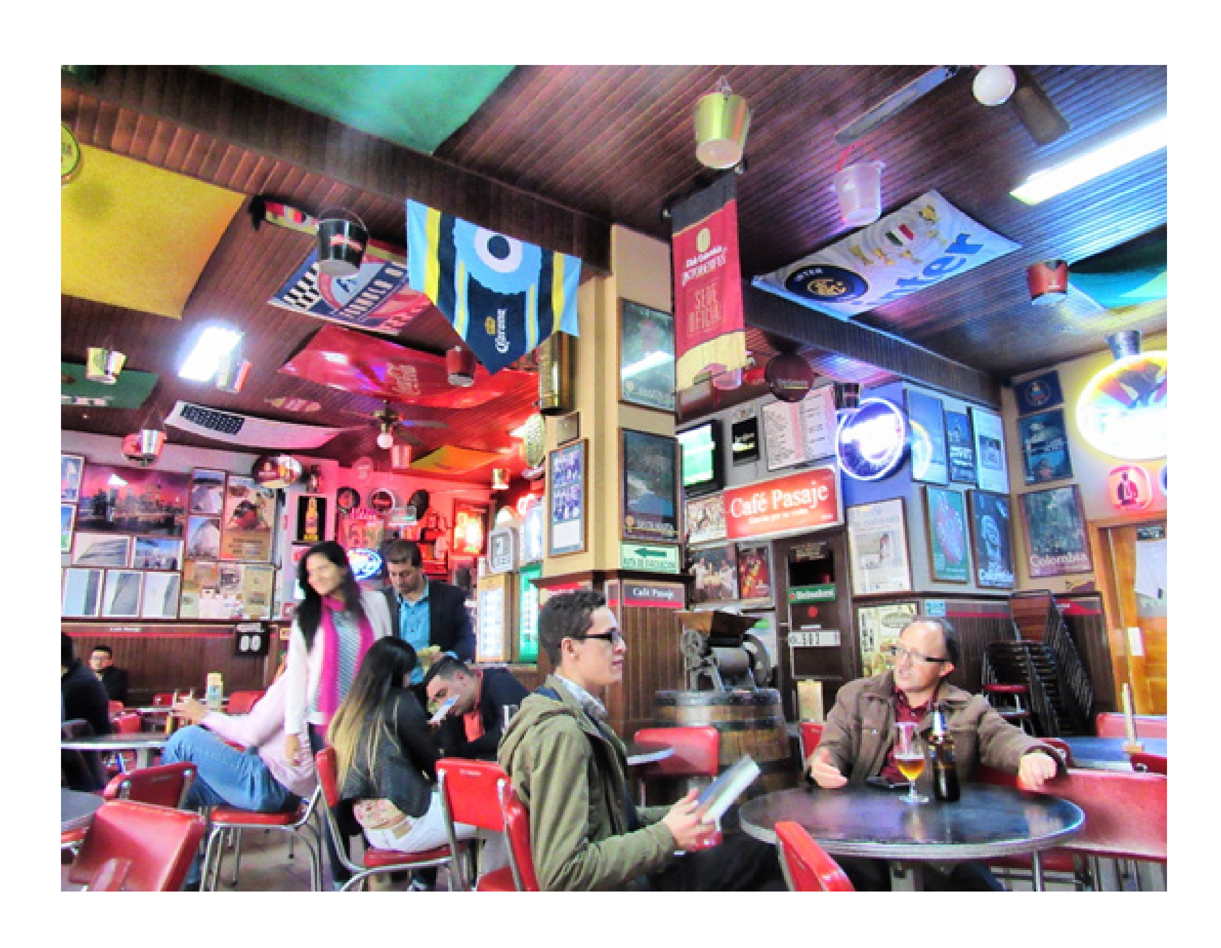


Figura 14. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Figura 15. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.

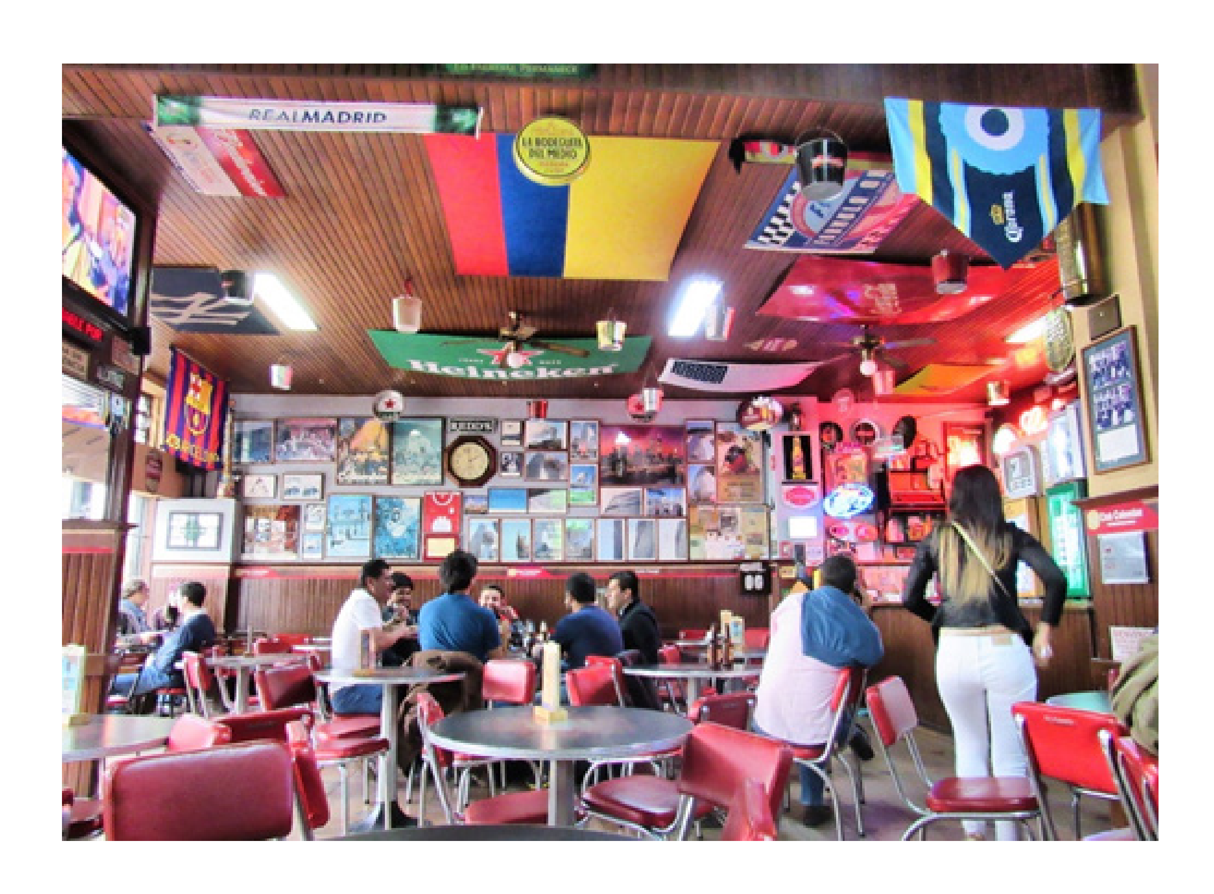


Figura 16. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.

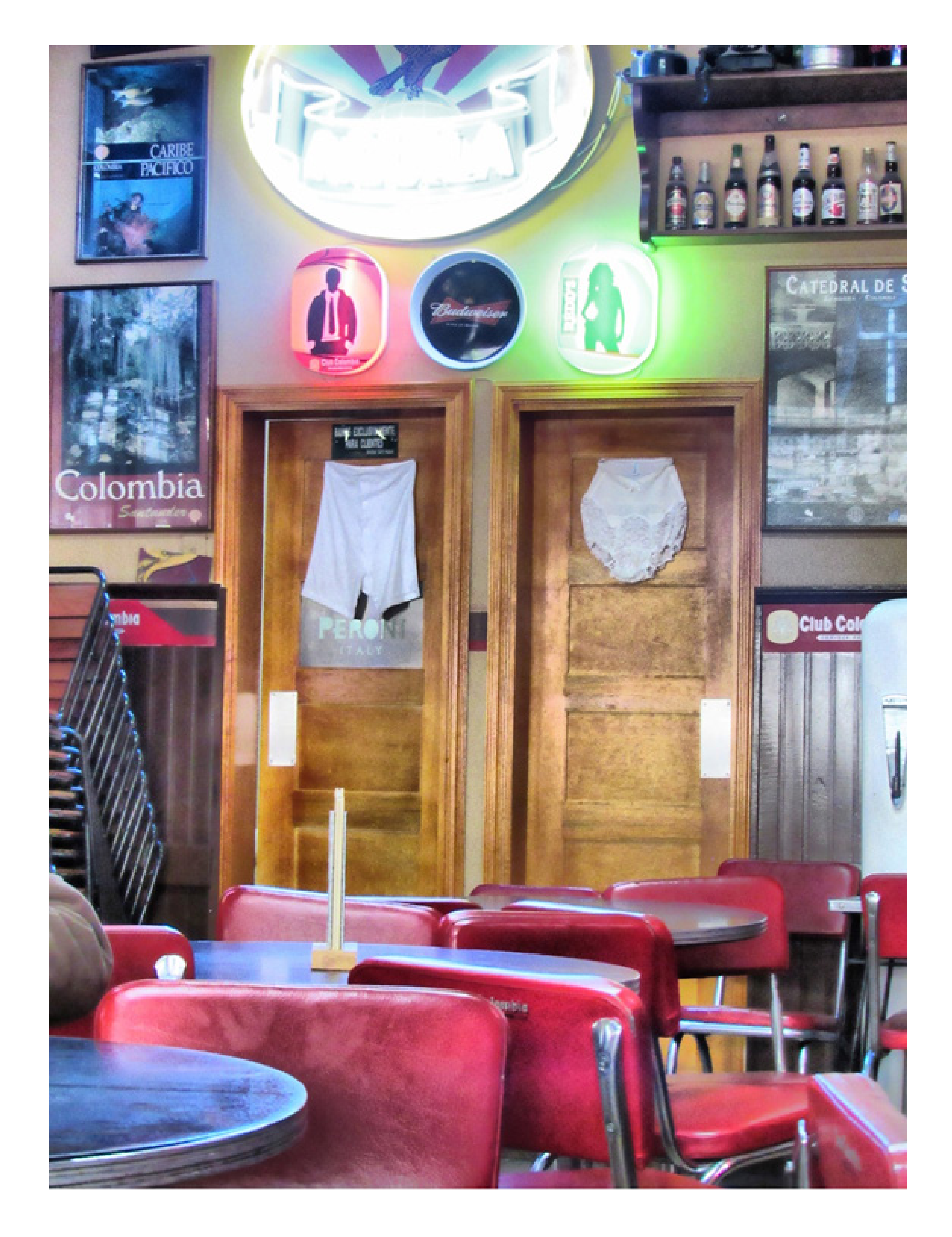


Figura 17. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Figura 18. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.

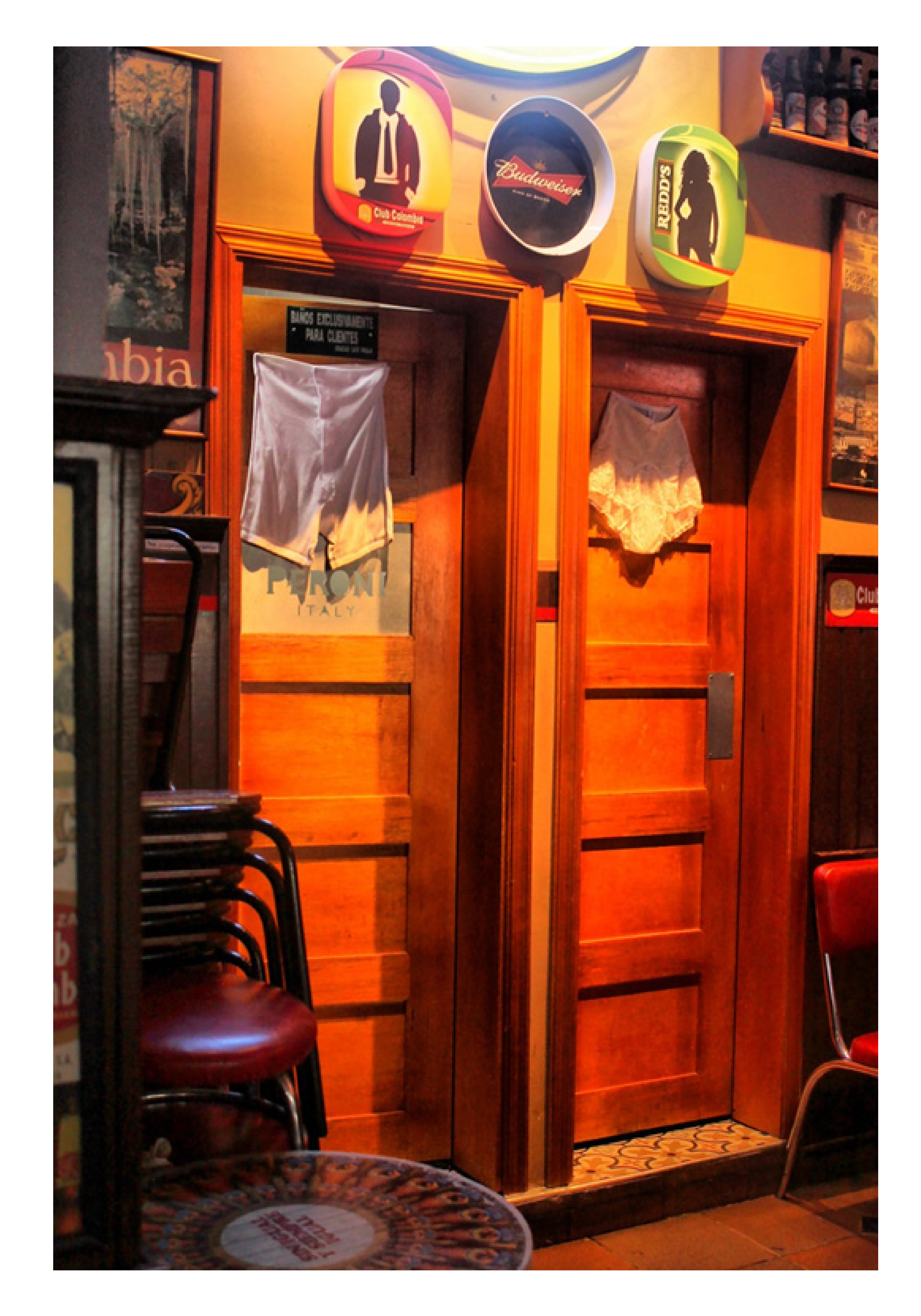


Figura 19. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Figura 20. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Figura 21. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Figura 22. Café Pasaje, Fuente: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Figura 23. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.

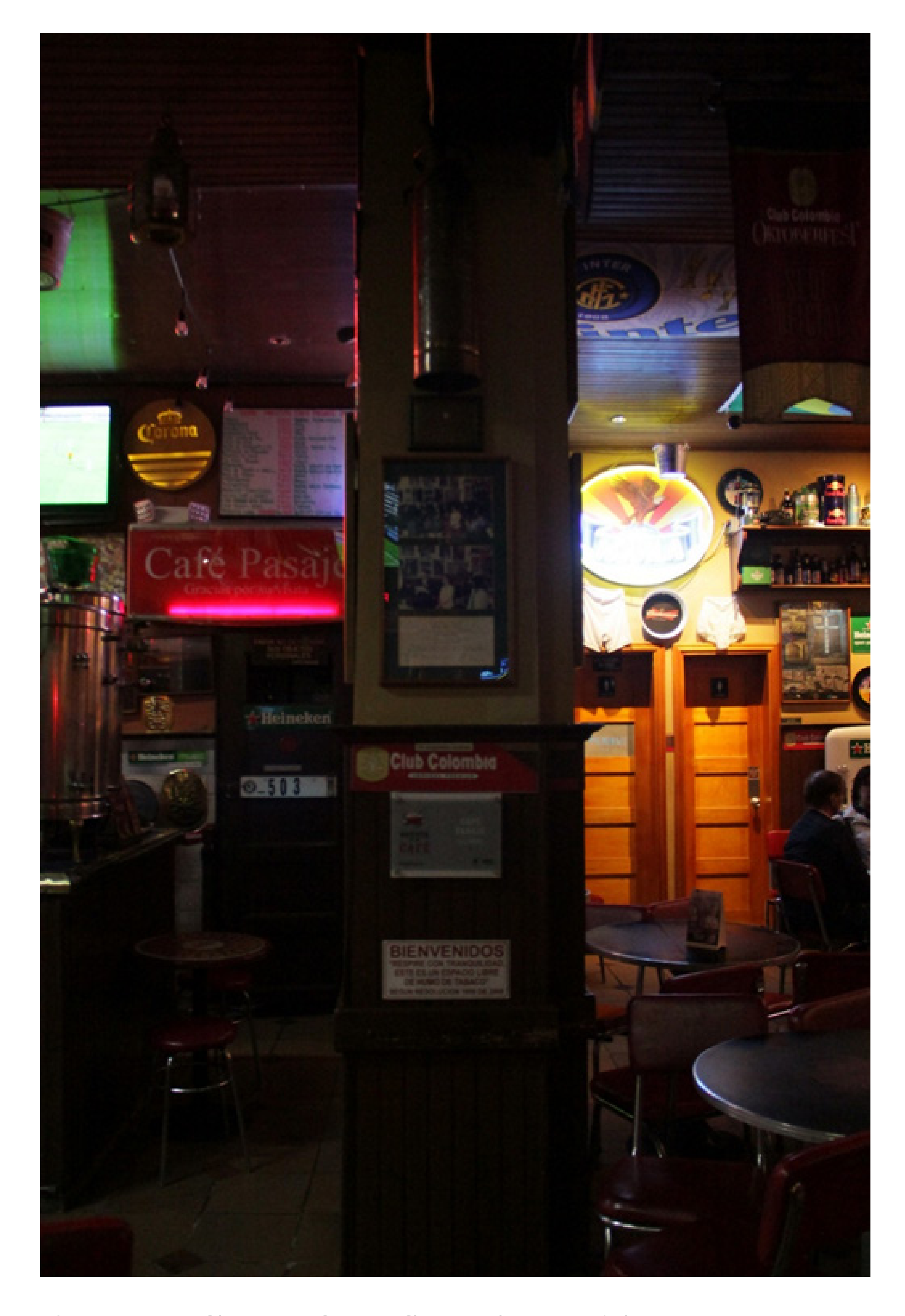


Figura 24. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Figura 25. Café Pasaje. Espacio para reportajes de prensa, Fuente: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Cada día más indefensos

Ernesto Cortés Fierro

Al rescate de los cafés de antaño

Desde el Instituto de Patrimonio se adelanta un proyecto para recuperar estos lugares tradicionales de la cultura bogotana.

Crónica

Un café emblemático

QUÉ SE HA HECHO

León de Greiff fue la gran figura de los cafés bogotanos.

Los cafés importantes que desaparecieron para siempre

Figura 26. Café Pasaje. Espacio para reportajes de prensa, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Para posesión de Carter

Tomando un café con la historia

El Café Pasaje está ubicado a pocos pasos de la Avenida Jiménez con Carrera 7ª, centro histórico de Bogotá.

De los tiempos en que el Café Pasaje era punto de encuentro de intelectuales, poetas y juristas sólo quedan anécdotas de cuya veracidad nadie duda así rayen en la fantasía.

Sin embargo, y como si se tratara de una *vedette*, parecería que el café más tradicional de Bogotá hubiera decidido envejecer dignamente y, de vez en cuando, entrar al quirófano para estar acorde con los nuevos tiempos.

Por eso no resulta extraño que las mesas redondas de pata ancha que han estado en el lugar por cerca de 60 años y las luces de neón que seducen a los jóvenes y los invitan a entrar, convivan armoniosamente cual sólido matrimonio.

La convivencia también trasciende a las personas, pues mientras en una mesa algunos universitarios toman cerveza al mismo tiempo que repasan un preparatorio, en otra un grupo de abogados discute acaloradamente sobre la 'situación del país'.

"Venir al Café Pasaje es como salir al recreo, pero un recreo de tipo intelectual", comenta Óscar J. Balbín Restrepo, un abogado especializado en derecho de familia que desde sus épocas de estudiante, hace cerca de 30 años, frecuenta el lugar.

En el otro extremo de la mesa se encuentra Carlos E. García, especialista en derecho financiero, quien le ayuda a su amigo a recordar los nombres de los personajes 'ilustres' que durante un buen tiempo hicieron parte del inventario del café.

Nombres como Otto Morales Benítez, Alfonso López Michelsen y León de Greif, comienzan a rondar en el ambiente, a la par de innumerables anécdotas sobre las que todos dan fe, mientras 'negocian' la cuenta con Mary, una de las empleadas del lugar.

"En Bogotá le tumban a uno las vueltas en todas partes, pero éste es el único sitio donde nos reímos de eso", bromea Balbín.

Esa camaradería tácita que existe entre estas mujeres y los clientes más fieles no pasa de las bromas y de la cordial atención, pues ellas son muy discretas y procuran mantener a su alrededor una muralla impenetrable de cuyas puertas sólo han tenido llaves don Jorge Mario Vásquez Vélez, el propietario que sacó adelante el café, y su hijo Álvaro, quien actualmente lo administra.

Y es así porque con ellos han llegado a conformar una gran familia laboral que les ha permitido a varias de ellas contar con más de 40 años de servicio.

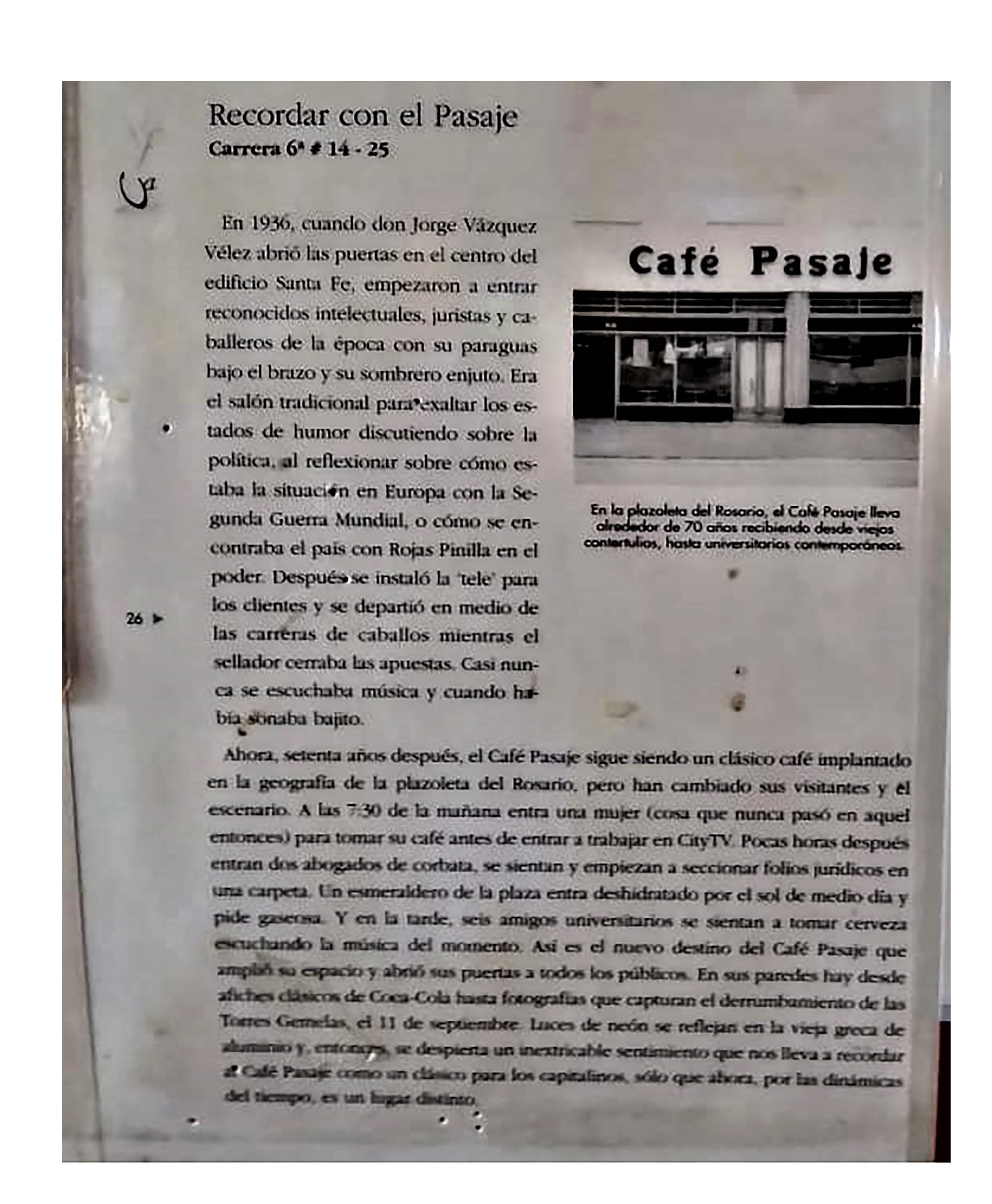
Incluso, una de ellas, Bertica Morales, fue tristemente célebre por haber sido quien le dio un vaso de agua a Jorge Eliécer Gaitán cuando éste agonizaba a la vuelta de la esquina, luego del atentado del que fue víctima.

Estas mujeres también han sido testigos de uno de los más grandes cambios que ha tenido el café: la llegada de las faldas.

Fue hace menos de 15 años que las tradicionales sillas rojas comenzaron a verlas y ahora parece como si nunca hubiera existido el tiempo en que el Café Pasaje era territorio exclusivo y excluyente de los hombres.

Álvaro Vásquez, a sus 35 años recuerda el sellador de las apuestas del desaparecido hipódromo y los días en que nadie pedía que pusieran música, sólo aparecían en alguna mesa las guitarras y los tríos, porque las discusiones eran tan profundas que el silencio en el recinto era una necesidad.

Figura 27. Café Pasaje. Espacio para reportajes de prensa, Fuente: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Recordar con el Pasaje

Carrera 6ª # 14 - 25

En 1936, cuando don Jorge Vázquez Vélez abrió las puertas en el centro del edificio Santa Fe, empezaron a entrar reconocidos intelectuales, juristas y caballeros de la época con su paraguas bajo el brazo y su sombrero enjuto. Era el salón tradicional para exaltar los estados de humor discutiendo sobre la política, al reflexionar sobre cómo estaba la situación en Europa con la Segunda Guerra Mundial, o cómo se encontraba el país con Rojas Pinilla en el poder. Después se instaló la 'tele' para los clientes y se departió en medio de las carreras de caballos mientras el sellador cerraba las apuestas. Casi nunca se escuchaba música y cuando había sonaba bajito.

En la plazoleta del Rosario, el Café Pasaje lleva alrededor de 70 años recibiendo desde viejos contertulios, hasta universitarios contemporáneos.

Ahora, setenta años después, el Café Pasaje sigue siendo un clásico café implantado en la geografía de la plazoleta del Rosario, pero han cambiado sus visitantes y el escenario. A las 7:30 de la mañana entra una mujer (cosa que nunca pasó en aquel entonces) para tomar su café antes de entrar a trabajar en CityTV. Pocas horas después entran dos abogados de corbata, se sientan y empiezan a seccionar folios jurídicos en una carpeta. Un esmeraldero de la plaza entra deshidratado por el sol de medio día y pide gaseosa. Y en la tarde, seis amigos universitarios se sientan a tomar cerveza escuchando la música del momento. Así es el nuevo destino del Café Pasaje que amplió su espacio y abrió sus puertas a todos los públicos. En sus paredes hay desde afiches clásicos de Coca-Cola hasta fotografías que capturan el derrumbamiento de las Torres Gemelas, el 11 de septiembre. Luces de neón se reflejan en la vieja greca de aluminio y, entonces, se despierta un inextricable sentimiento que nos lleva a recordar al Café Pasaje como un clásico para los capitalinos, sólo que ahora, por las dinámicas del tiempo, es un lugar distinto.

26 ►

Figura 28. Café Pasaje. Espacio para reportajes de prensa, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Figura 29. camiseta del club deportivo Santa fe. Placa de homenaje del club Santa Fe a Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Figura 30. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Figura 31. Café Pasaje, fotografía: Rincón, E. & Chávez, W., 2018.



Figura 32. Café Pasaje, fotografía: García, O., 2019.



Figura 33. Café Pasaje, fotografía: García, O., 2019.



Figura 34. Café Pasaje, fotografía: García, O., 2019.



Figura 35. Café Pasaje, fotografía: García, O., 2019.

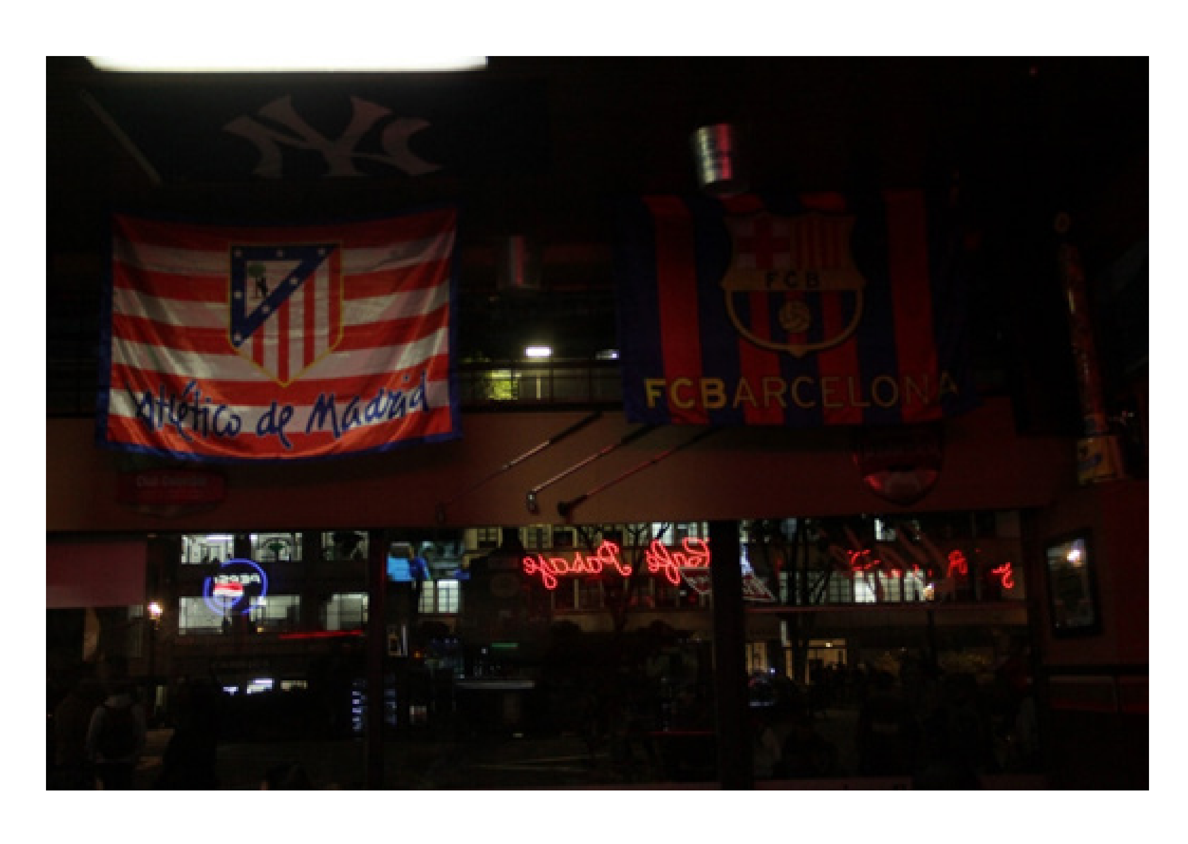


Figura 36. Café Pasaje, fotografía: García, O., 2019.

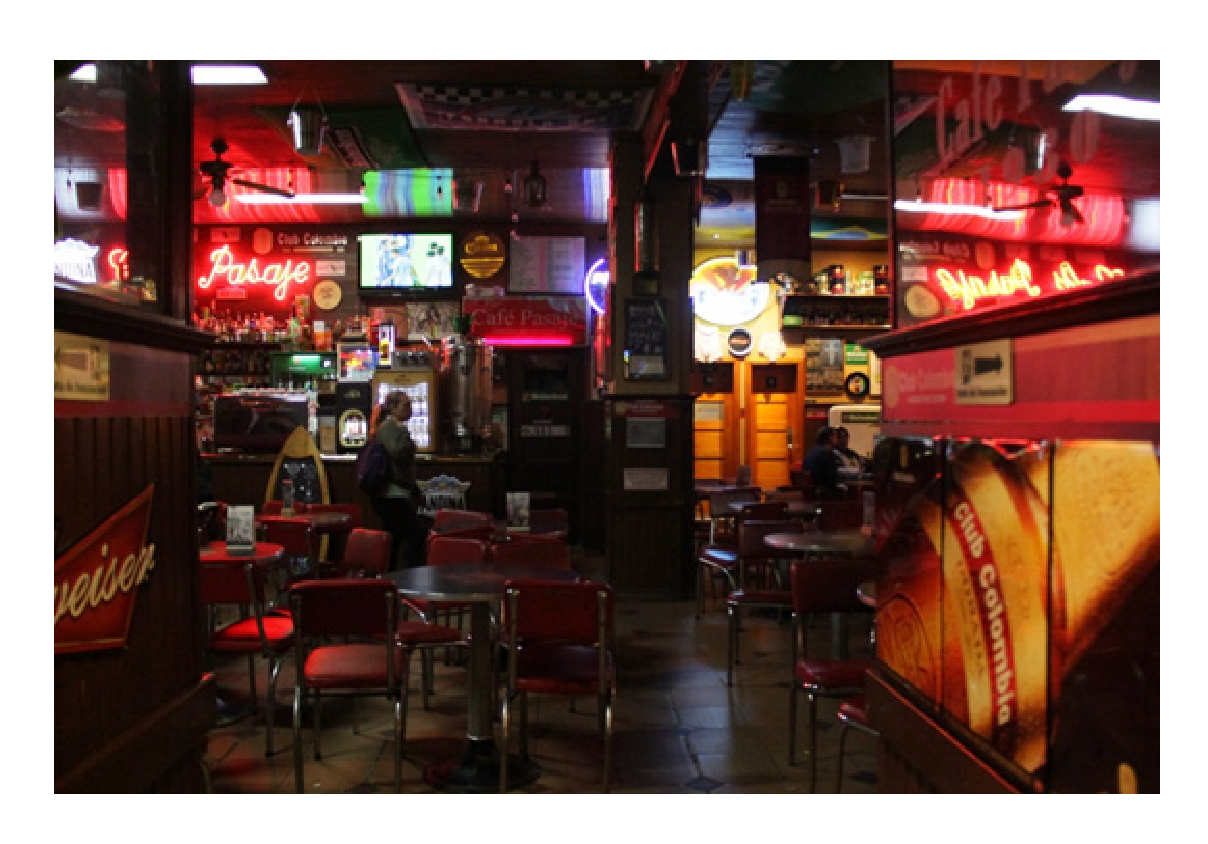


Figura 37. Café Pasaje, fotografía: García, O., 2019.



Figura 38. Café Pasaje, fotografía: García, O., 2019.



Figura 39. Café Pasaje, fotografía: García, O., 2019.



Figura 40. Café Pasaje, fotografía: García, O., 2019.



Figura 41. Café Pasaje, fotografía: García, O., 2019.



Figura 42. Café Pasaje, fotografía: García, O., 2019.



Figura 43. Café Pasaje, fotografía: García, O., 2019.



Figura 44. Café Pasaje, fotografía: García, O., 2019.



Figura 45. Café Pasaje, fotografía: García, O., 2019.



Figura 46. Café Pasaje, fotografía: García, O., 2019.

Referencias bibliográficas

Anderson, I. (2013). La estética burguesa en el diseño de sillas. *Revista arte e investigación, 9.*

Barón, A.; Lasso, N. & Rodríguez, J. (2015). *El impúdico brebaje. Los cafés de Bogotá.* Bogotá: Instituto Distrital de Patrimonio de Bogotá.

Barón, A. (2015). "Sant Moritz, el Café que se niega a morir". En Jursich Durán, M. (Ed.), *El impúdico Brebaje, los Cafés de Bogotá* 1866-2015. Bogotá: Instituto Distrital de Patrimonio de Bogotá. pp. 109-115.

Becker, M. (2013). En busca de tinterillos. Intermediarios en el mundo indígena ecuatoriano durante el siglo XX. *Procesos: Revista Ecuatoriana de Historia, 37.*

Candau, J. (2006). *Antropología de la memoria*. Buenos aires. Ediciones Nueva visión.

Carreira, A. M. (2008). Florecimiento y ocaso de los cafés en Bogotá. *La Tadeo, 73*, pp. 81-93.

Díaz, A. (s.f.). Construcción social en torno al espacio público: el caso de la Plazoleta de Rosario. *Universidad del Rosario*. Recuperado de: https://www.urosario.edu.co/Home/Principal/Eventos/Imagenes/Articulo-Innovacion-Ambiental-VF.pdf

El Espectador (2017). "El Zipa" que creyó en la Vuelta a Colombia. *El Espectador.* Recuperado de: https://www.elespectador.com/deportes/ciclismo/el-zipa-que-creyo-en-la-vuelta-colombia-articulo-705866

Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo XXI.

González, J. (2012). Los cafés tradicionales capitalinos: una mirada a la cultura del café. *Revista TRAZA, 6*, pp. 16-27.

Jiménez, M. (2016). *Hacia una etnografía de los Cafés, como lugar de encuentro, en el centro tradicional de Bogotá* (Trabajo de grado). Universidad de Antioquia.

Machado, A. (2001). *Desarrollo económico y social en Colombia siglo XX*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Mazza, A. (2009). *Ciudad y espacio público. Las formas de la inseguridad urbana*. Madrid: Instituto Juan de Herrera.

Molano, A. (2017). Toros: cultura y tradición en Bogotá. *El Espectador*. Recuperado de: https://www.elespectador.com/noticias/bogota/toros-cultura-y-tradicion-bogota-articulo-675826

Ramírez, B. (2014). El Pub inglés. *Destino Reino Unido*. Recuperado de: https://destinoreinounido.com/el-pub-ingles/

Romero, L. (2014). La compañera fiel de la soledad. *El Espectador*. Recuperado de: https://www.elespectador.com/especiales/companera-fiel-de-soledad-articulo-508729

Rial, S. (2015). Terror y representación. El terrorista como antihéroe contemporáneo. En *II Congreso Internacional de Investigación en Artes Visuales*. Valencia: Editorial Universitat Politècnica de València. pp. 615-619. doi:10.4995/ANIAV2015.1189

Rueda, C. (s.f.). La fundación de Independiente Santa fe. Recuperado de: https://historiadesantafe.wordpress.com/tag/cafe-del-rhin/

Sennet, R. (1979). *El declive del hombre público*. Barcelona: Ediciones Península.

(Simplifique Moderne, s.f.) SIMPLIFIQUE MODERNE. Tomado de: https://www.hisour.com/pt/streamline-moderne-28607/

Uregui, J, (2009). Café El Automático, arte, crítica y esfera pública. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá D. C., Cultura, Recreación y Deporte, Fundación Gilberto Alzate Avendaño, Universidad de los Andes.

Uriarte, E. (2001). La crisis de la imagen de la política y de los políticos y la responsabilidad de los medios de comunicación. *Revista de Estudios Políticos (Nueva Época)*, (111).

Wolff, F. (2011). Un retroceso moral. *Diario el País de España*. Recuperado de: https://elpais.com/diario/2011/09/26/cultura/1316988005_850215.html

LUGARES QUE TODOS FRECUENTAMOS

Yubar Deibi Portilla Benítez

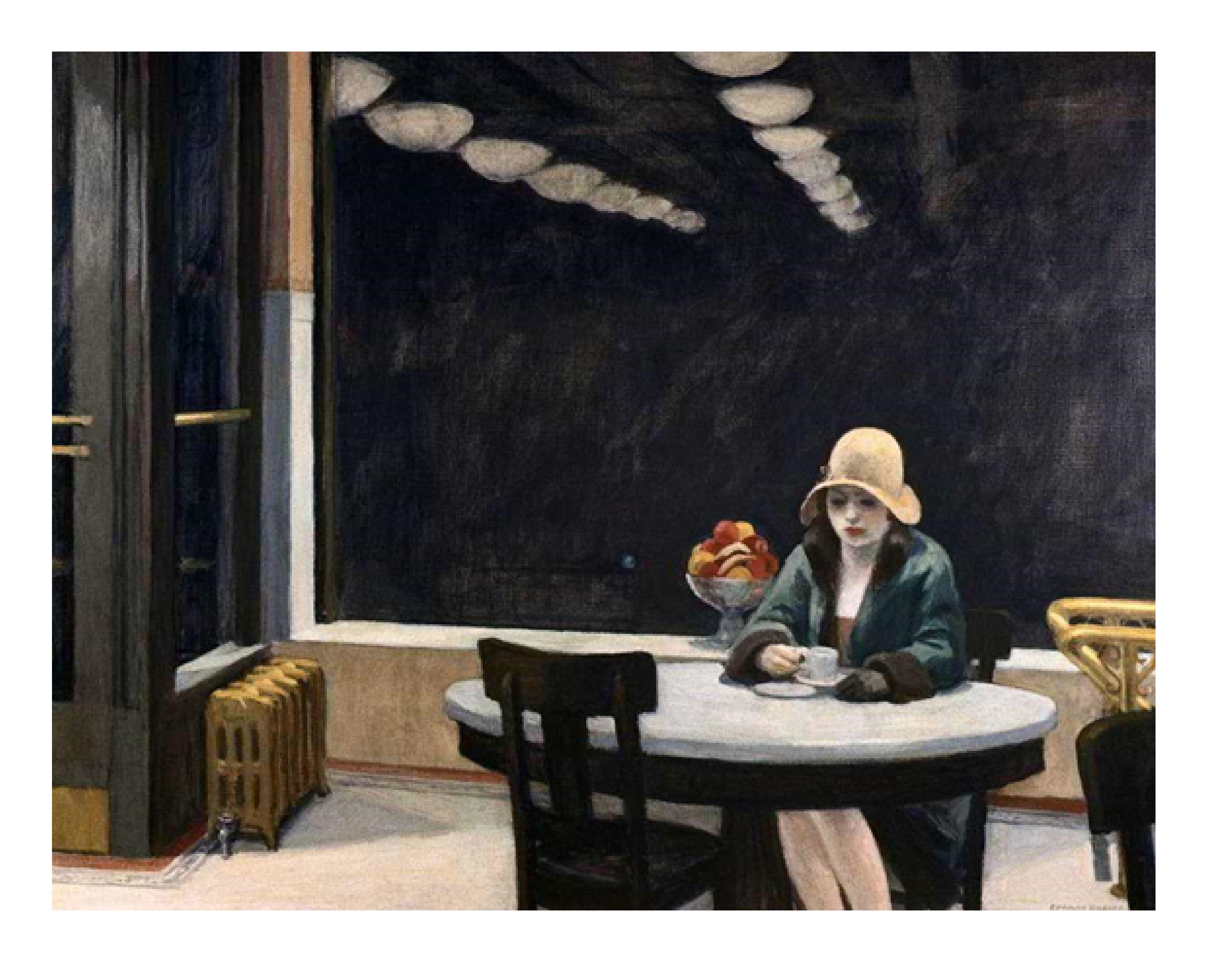


Figura 1. Automat, fotografía: Hopper, E., Automat, 1927.

LA INTIMA SOLEDAD ESTÁ EN LA MULTITUD

Las imágenes de los espacios creados por Edward Hopper se convierten en una referencia importante. La idea de lo público y lo privado que en ellas reside son una proyección del pasado que, de laguna forma, retorna. Sin embargo, este retorno no va al mismo punto, siempre cambia, tiene similitudes y diferencias; hace posibles conexiones con la idea de supuestos, así podemos crear estereotipos, pero no son lo mismo. La cervecería Luna Park, El bar de Doña Ceci y El Café Pasaje son espacios distintos, diversos, pero con algunas convergencias sociales y estéticas. Al igual que la obra de Hopper, estos lugares recrean la idea de lo público y lo privado, de la unión y la soledad, de la tristeza y la alegría; son puntos íntimos en la geopolítica constructora del sujeto.

Estos puntos crean espacios límites, desde las propias ideologías de su ser y, como proyecta su relación social, es algo que está dominado por el tiempo lo que posteriormente denominamos memoria. Este proceso crea demarcaciones que también rompen fronteras; son lugares dialécticos que asumen unas posturas relativistas subjetivas porque cada mesa, cada silla o cada rincón se convierten en una galaxia de significaciones y contenedor de memorias.

Pensar la idea de esperar para retratar el tiempo es un oficio que ha buscado ser traducido por diversos métodos o lenguajes. Retratar el pasado es una tarea de los espacios como los cafés, cervecerías o tabernas realizan

de forma recurrente. Sin embargo, este tipo de registros se convierten en pasajes efímeros, mediados por la memoria humana. No obstante, la idea de captar estas memorias, se convierte en un eje primordial en la historia reciente de los lugares que han marcado historia dentro una cotidianidad. Giuseppe Gatti (2010) observa los personajes ilustrados por Edward Hopper, en la relación de la espera como un acto de memoria y melancolía.

> (...) Recuperación sin nostalgia del pasado: una "forma de espera", por un lado, en cuanto construcción ideada para inmovilizar el tiempo y detenerse en la observación de los detalles; una "recuperación del pasado", por otro, en cuanto escritura que rescata fragmentos de vivencias pasadas sin que la melancolía originada por el recuerdo de una dicha perdida inunde la trama. (Gatti, 2010)



Figura 2. Café Pasaje, fotografía: García, O., 2019.

Estos espacios reúnen diferentes miradas políticas y estéticas en lugares donde las prácticas sociales son frecuentes. Dichas prácticas entendidas como la dinámica del sujeto con su entorno, es decir, aquello se manifiesta (público), pero con alto grado de individual o de cónclave, resignificando lo público en estos espacios de reuniones[1], sea de manera colectiva o individual.

La pintura de Hopper crea una reflexión en torno a los espacios como cafés, tabernas o cervecerías en relación con los conceptos de memorias colectivas y memorias individuales. Estos lugares se nutren de lo individual. En la Figura 1, de alguna forma, se percibe la idea de Hopper: la soledad de los espacios públicos. Algunos buscan estos espacios como forma de diversión intima a través de la lectura, otros, así estén reunidos con amigos o colegas, viajan en sus pensamientos y otros buscan en los dispositivos electrónicos una ventana a la vida virtual, la cual tiene diversas características de entretenimiento privado. Se mantiene un lenguaje similar con la pintura de Hopper, la soledad como sinónimo de los lugares públicos. Esto nos hace preguntar qué tan importante es el proceso de solemnidad del sujeto dentro de las sociedades actuales, mediadas por los dispositivos.

La singularidad crea discursos generales. La soledad de estos lugares tan concurridos llama la atención desde la imagen. Esto es, cómo las imágenes dialogan con términos comunes en relación con la historia, en relación con el yo, como proceso dinámico de la especie. Posteriormente estas experiencias subjetivas se tornan en experiencias universales; crean imágenes desde lo subjetivo de un pasado común, en traducidas memorias históricas que se interpretan pluralmente.

---

[1] El espacio público muerto es una razón, la más concreta, para que las gentes busquen en el terreno íntimo lo que se les ha negado en un plano ajeno. El aislamiento en media de la visibilidad pública y la enfatización de las transacciones psicológicas mutuamente (Sennett, 1979, p. 25).

Joel Candeu (2006) formula que este tipo de actos son realizados por gente viva que experimenta el lugar, donde los sentimientos son vagos. Además, se formula como una tarea compleja porque pensar la cotidianidad hace que se perciban vacíos. Por lo anterior, es de vital importancia alimentarse de varias fuentes, de esa forma: "La 'memoria histórica', que sería una memoria prestada, aprendida, escrita, pragmática, larga y unificada y la 'memoria colectiva' que, por el contrario, sería una memoria producida, vivida, oral, normativa, corta y plural" (Candau, 2006, p. 57).

Las narrativas que se desarrollan en las pinturas de Hopper, y en las imágenes de solemnidad del Café Pasaje, crean la analogía de la cantidad de lunas que existen en el cielo, porque cada sujeto que ve la misma, pero observa y presiente una distinta. La relación de lo público y lo privado en estos espacios es un acto común, cotidiano; no podemos recordar fácilmente las personas que nos rodeaban, a menos que sean amigos o colegas. La denominación de estos territorios como centros privados que reciben público, de alguna forma, crea una paradoja; son lugares donde la diversión (o pasar el tiempo) no se define por un grupo o la individualidad: son espacios que transitan entre lo íntimo y la multitud que, de cierta manera, se consideran territorios que generan micro universos de lo privado. Lo anterior, debido a que este estado es inherente al ser humano, nunca nos podemos alejar de nuestro ser, el sentimiento de lo existencial acude de manera periódica. La imagen de la soledad en el Café Pasaje (Figura 2) y en la obra de Hopper (Figura 1) nos invita a comprender que la reunión de lo público-privado es un fenómeno intrínseco del ser.

> Es cierto que Hopper busca también el "extrañamiento" en escenas cotidianas, pero en sus cuadros aparecen personas solitarias mirando a través de las ventanas hacia un cielo azul y vacío, o sentadas por la noche en una oficina gris o en la mesa de un bar, y estas personas quedan "substanciadas" en figuraciones del "Angst existencial moderno", marcado por la soledad y la incapacidad para comunicarse. (Žižek, 2006, p. 167).

Se presenta a manera de revelación la obra *Automat* de Hopper (1927). Allí la soledad hace presencia de forma imponente. Este sentimiento se siente dentro del Café Pasaje, porque son lugares llenos de historia, de nostalgia por el tiempo, las personas y las situaciones que nunca más van a estar. Sin embargo, los cuadros de Hopper fungen como un sistema simbólico que los vincula con los lugares comunes, aquellos que son representados sin estar en la figuración. Estos espacios de paso, como los cafés o las cervecerías, por lo general acogen la solemnidad; se puede estar esperando a alguien, pasando el tiempo del mediodía con el aroma de un café, o como fórmula de evitar sus lugares propios; son espacios que no los identifica, así como simplemente querer estar en un lugar donde el contacto con el otro es constante y a la vez mínimo.

De alguna forma se crea una paradoja, es decir, estar en un lugar público evitando el contacto con los demás. Los seres racionales abstraemos el espacio en donde estamos, convivimos en ensoñaciones que hacen más placentera la experiencia de vivir y convivir, alejándonos de lo algunos amantes de la ciencia ficción denominarían "la matrix". Reorganizamos el mundo, porque lo lógico en ocasiones no es demasiado obvio. Buscar tranquilidad en medio de un espacio concurrido hace que el silencio no sea parte de la concentración. Por el contrario, podemos tener docenas de imágenes frente de nuestros ojos y tener la virtud de clasificar lo que vemos. Estos procesos son artilugios de nuestra mente, la cual proyecta algunos de nuestros deseos en los espacios más públicos.

En este sentido, se podría asegurar que en algunos momentos todos hemos pensado o realizado este tipo de abstracción o reinterpretación de la realidad física que nos rodea. Buscar en medio del caos la calma, proyectar los deseos más oscuros sin necesidad de presentarlos a los demás o erigir discursos heroicos, los cuales nos haga merecedores de un reconocimiento casi divino. También dejar en entredicho a nuestros monstruos, como poder hablar con la hermosa chica que está en la mesa del frente; soñamos que podemos apasionar solo con una mirada, pensar que en medio de

una pelea en el lugar haremos justicia por nuestra destreza física. Esto, sin duda, tiene una especie de convergencia con el pensamiento del Quijote, el cual se abstraía creando sus propios escenarios y narrativas, algo similar con la solemnidad que recorre los cafés y tabernas.

> La realidad es transformada desde la mente del caballero, siendo luego proyectada hacia el mundo exterior, imponiendo una visión del mismo, que no se condice con aquello que el personaje percibe. Es justamente porque lo que percibe no se condice con lo que imagina, que debe salir a instaurar una realidad, ya que si el personaje no fuese consciente de esa discrepancia, no necesitaría "resucitar" ninguna edad de oro, puesto que el mundo a su alrededor le parecería acorde a sus fantasías. (Schamun, S.F)

La obra de Hopper nos propone que el mundo cambia en aspectos de las relaciones sociales, cada vez se enfría. Antes las tecnicidades funcionaban de otra manera, por ejemplo, en la época de inicios del siglo XX, cuando el hábito hacia la lectura tomaba más auge, se tornaba en un peligro; la lectura distraía y aislaba al sujeto de su entorno físico real. Dicho argumento se puede leer en las Figuras 1 y 2 las cuales abstraen al sujeto por medio de la ensoñación de la lectura, una metafísica y la otra física.

Por otro lado, las tecnicidades cambian. En la actualidad, las personas están rodeadas por un grupo de personas que pueden ser familiares, amigos o compañeros de trabajo; están aislados del mundo físico y se trasladan a campos virtuales que causan una interacción fría en términos de cercanía física, pero agradable en formatos de alter egos. La obra de Hopper trasciende el tiempo, se torna contemporánea, presentándose como una imagen-problema de los campos públicos o privados. Hopper pintaba sin pretenderlo con una diestra composición fotográfica.

LA INTIMIDAD PÚBLICA DE LOS BAÑOS



Figura 3. Lavabo y espejo, Fuente: fotografía, A., "Lavabo y espejo", 1967.



Figura 4. Detalle, interior del baño, fotografía: Rincón y Chávez, 2018.

En este proyecto, los baños son uno de los objeto de estudio por ser espacios comunes que configuran aspectos etnográficos que convergen en las disciplinas gráficas, estéticas e interpretativas. Establecen vínculos estructuralistas como un ejercicio de articulación de conceptos clave, como lo es el sujeto, lo íntimo, lo notorio, la libertad y la creación gráfica como acto político. Estos constituyen elementos éticos y morales dentro de una sociedad; además, desde los puntos de vista lo público y lo privado, configuran lugares de cavilación de yo como sujeto simbólico.

> Cuando una sociedad moviliza estos sentimientos, cuando reduce el carácter objetivo de la acción y aumenta la importancia de los estados sentimentales subjetivos de los actores, estos problemas de auto justificación accederán a un primer plano a través de un "acto simbólico". La transacción que ahora se produce entre el interés público y el privado, merced a la movilización de estas obsesivas. Cuestiones acerca de la legitimidad del yo, ha reavivado los elementos más corrosivos de la ética protestante dentro de una cultura que ya no es religiosa ni está convencida de que la riqueza material sea una forma de capital moral. (Sennett, 1978, p. 21)

Lo simbólico posiblemente inicia en la transformación del sujeto como objeto[2] noticioso de su pensamiento. La metamorfosis entre su característica notaria (público) sufre variaciones en el plano de lo privado; causa que de él emerjan distintos tributos que posiblemente son potenciados por la solemnidad (como su posición política, sus deseos carnales o la retórica a la vida), apresados en la cotidianidad de la vida, dentro de los sistemas colectivos.

---

[2] Frente al conocimiento que se tiene de los objetos, de los cuales puede uno muy bien ser consciente sin que se den aquellos estados de conciencia: se es consciente de ellos como objetos, en tanto que cosas del propio mundo, sin ser consciente de uno mismo como objeto o, lo que es lo mismo, como una cosa en el mundo. A la conciencia consciente de sí misma -y no hay de otra clase para Sartre- la designa "para sí" (*pour-sot*), una conciencia inmediata de sí mismo como sujeto, e inmediatamente consciente de no ser uno de los objetos de los que es consciente. Así definida, nada en la estructura interna del *pour-soi* le permitiría llegar a concebirse como un objeto, puesto que pertenece a un orden ontológico radicalmente distinto de los meros objetos. (Danto, 2002, p. 33)

El yo de cada persona se ha transformado en su carga principal; conocerse a mismo constituye un fin, en lugar de ser un medio para conocer el mundo. Y precisamente porque estamos tan auto absorbido se nos hace extremadamente difícil llegar a un principio privado u ofrecer cualquier valoración clara a nosotros mismos o a los demás acerca de la naturaleza de nuestras personalidades. La razón radica en que, cuanto más privada es la psique, menor es su estimulación y más difícil para nosotros sentir o expresar los sentimientos. (Sennett, 1978: 12)

Lo íntimo, que acontece en estos lugares, ha sido un foco de atención en las diferentes áreas como la literatura. Los ejemplos de Erasmo de Rotterdam (1446-1536) con la obra *La civilidad pueril y honesta* (1530) funcionaron como un elemento en la formación del sujeto en relación con lo común y lo privado. La obra es un documento clásico que presentaba una serie de indicaciones sobre la forma adecuada de comportase en espacios públicos y privados; entendida como el buen manejo en la presentación personal en relación con los espacios como la sala, una visita o el cuarto de baño. Además, se ocupaba de los procesos intestinales naturales de cuerpo[3].

Universales, las regias de la civilidad erasmiana lo son porque se apoyan en un principio ético: la apariencia es, en cada hombre, el signo del ser, y el comportamiento el seguro indicio de las cualidades del alma y del espíritu. El buen natural, las virtudes y la inteligencia sólo podrían traducirse de una forma, sensible tanto en las posturas corno en el vestido, tanto con las conductas corno en las palabras. Todos los capítulos de la Civilité puérile están basados en esa

[3] "Cuarto de baño" y las funciones corporales nos advierte que "es descortés saludar a alguien mientras esté orinando o defecando", sobre soltar ventosidades recomienda que se "disimule con una tos el estruendo explosivo... Sígase la ley de sustituir los pedos por toses" (...) "Si pasas junto a una persona que se esté aliviando, debes hacer como sí no la hubieras visto." Y un periódico francés de la época aporta una visión de la magnitud del problema sanitario: "París es un lugar odioso. Las calles huelen tan mal que no es posible salir... La multitud de personas en la calle produce un hedor tan detestable que no puede soportarse". El problema de los desechos se solucionaba mediante el orinal. Sin medios de evacuación de residuos en las viviendas corrientes, el contenido de tales recipientes era arrojado a menudo en plena calle. Numerosos grabados de este período ilustran los peligros de caminar bajo las ventanas altas de las casas a horas avanzadas de la noche, el momento preferido para vaciar orinales. Este peligro, así como los arroyos de la calle, permanentemente repletos de suciedad, bien pudieron instituir la costumbre de acompañar un caballero a una dama por el centro de la calzada, lejos de la porquería. (Can Fusté, s.f.)

> equivalencia entre lo visible y lo invisible, lo exterior y lo íntimo, lo social y lo individual. Las posiciones del cuerpo, los rasgos de la cara, las conductas en la iglesia, en la mesa, en el juego, en sociedad, la ropa misma, que es "en cierta forma el cuerpo del cuerpo y da una idea de las disposiciones del alma", no están regulados solamente, por tanto, por las exigencias de la vida de relaciones -lo cual podría justificar la existencia de códigos propios de cada medio-, sino que tienen un valor moral que las hace ser consideradas por Erasmo desde una perspectiva antropológica y no social. (CHARTIER, 1994, p. 254)

En la obra de Peker Handke, con su libro *Ensayo sobre un lugar silencioso*[4] (2015), existen algunas preocupaciones por el cuarto de baño, el lugar silencioso, en relación con el aislamiento, la memoria y los territorios que podríamos considerar como no lugares[5]. Esta obra retoma el espacio baño como un espacio de introspección del sujeto, el cual se enfrenta a sus pensamientos, anhelos y actos de memoria en relación con lo privado, llevándonos a pensar que este espacio se convierte en una especie de oráculo moderno. En un fragmento de la obra de Hanke:

> FUE EN EL UMBRAL entre la infancia y la adolescencia cuando el Lugar Silencioso empezó a significar algo para mí, algo más allá de lo acostumbrado y habitual. Cuando hoy, aquí, junto a mi mesa de trabajo, tan lejos de las regiones de la infancia como de la infancia misma, quiero evocar los váteres de después de la Segunda Guerra Mundial, en Berlín Este, en Niederschönhausen, luego en Pankow, y luego el retrete de la casa de mi abuelo, una casa de campesinos, al sur de Carintia, sólo me vienen a la mente unas cuantas imágenes —de la gran ciudad ni una—, y además, y sobre todo, yo no existo en ellas, ni como niño ni como ser humano; en ellas falta un yo, o falto yo mismo; estas imágenes carecen de ser. (Handke, 2015, p. 6)

---

[4] El lugar silencioso al que se refiere Peter Handke es el cuarto de baño. Medita sobre esos lugares, alejados de las masas y el ruido, de los que Handke ha descubierto a lo largo de su vida que tienen un carácter protector; además de animar a la reflexión, sin importar el lugar o continente en el que
se hallen. (Handke, 2015)

[5] "La hipótesis aquí defendida es que la sobre modernidad es productora de no lugares, es decir, de espacios que no son en sí lugares antropológicos y que, contrariamente a la modernidad baudeleriana, no integran los lugares antiguos: éstos, catalogados, clasificados y promovidos a la categoría de lugares 'de memoria', ocupan allí un lugar circunscripto y específico." (Augé, 1992, p. 44)

Sin embargo, esta relación entre lo público y lo privado en el espacio del cuarto de baño nos conduce a dos (2) direcciones con resultados distintos en lo referente a su comunicación. La primera, el baño propio, imagen que puede aludir a la obra de Antonio López, *Lavabo y espejo* (1967) (Figura 3); presenta la imagen ortodoxa de un baño privado, entendido como un espacio de hogar; lleva a pensar en esta idea por su nivel de pureza y de orden. La segunda es un detalle de una de las puertas de los baños del Bar de Doña Ceci, totalmente intervenido con diversos mensajes que posiblemente pueden ir desde memorias de amor o enfrentamientos sobre un gusto futbolero.

Posiblemente, el baño de cada casa es el lugar más impecable porque se comparte un tipo de experiencia consigo mismo. La obra de Antonio López es un ejemplo de la singularidad, factiblemente, uno de los lugares más íntimos que el ser moderno habita. En él se plasma la desnudez del sujeto, un estado del hombre indefenso; además, los parámetros y estereotipos del mundo occidental hacen sus cuestionamientos, mediados por un espejo.

A través del espejo, ese objeto mágico que refleja su entorno de forma inmediata, el ser mantiene diálogos permanentes; distorsiona de forma poco común sus rostros, para cada vez reconocerse; porque sabemos que nosotros somos la imagen que proyecta este fantástico objeto, sin embargo, siempre queda la duda de si somos realmente ese que se nos presenta. Con este objeto elevamos nuestra moral y autoestima; gracias a él hacemos monólogos de enamoramiento, enfrentamos a los sujetos que tememos y hasta nos convertimos en estrellas de la canción.

Por lo anterior, la representación que hace López (Figura 3) nos traslada a la intimidad, a los momentos efímeros que solo nosotros mismos reconocemos con la memoria privada. Vernos al espejo es un acto íntimo, evaluamos lo que vemos algunas veces de forma siniestra, con una crítica sin remordimientos y muchas veces no nos gusta lo que vemos, no obstante, sabemos que esta imagen siempre va a estar presente al igual que nuestra

sombra. Esta idea del reflejo vista por Husserl se puede entender a través del objeto-imagen del reflejo que, por lo general, altera la relación consciente del sujeto que se enfrenta a él.

> ¿Qué nos dice este ejemplo sobre el objeto-imagen reflejo especular? En primera instancia, podría objetarse que algo nos obliga a distinguirlo de la consciencia de imagen. Mientras en ésta la contemplación suele ser desinteresada, el uso del espejo descrito da cuenta de un interés práctico. Sin embargo, podemos descartar esta oposición señalando que el ejemplo da cuenta de una relación de dependencia entre el objeto imagen y el sujeto que se mantiene al margen del fin que el espectador tenga ante el espejo. Ahora bien, mantengamos en mente esta indicación. ¿Es la dependencia entre objeto-imagen y sujeto un carácter que afecte esencialmente la experiencia especular, de manera tal que no pueda clasificarse en el ámbito de la conciencia de imagen? (Sandoval, 2017)

Por otra parte, la imagen del bar de Doña Ceci (Figura 4) nos indica otro tipo de intimidad y de reflejo. En este espacio, tan común en lugares público-privados, la intimidad es un acto común, por las razones propias y fisiológicas del ser que deben compartir este espacio. Pero la intimidad, en algunas ocasiones, sufre una relación comunicativa en lo referido a dejar huella, propia del lenguaje del grafiti en sus inicios, donde la clandestinidad era un eje transversal en la configuración de la imagen-palabra que se convertía en un acto político; así, evocaba su descontento con alguna parte de la sociedad por medio de la imagen. Sin embargo, esta relación comunicativa incógnita ha sufrido cambios fundamentales en las expresiones del grafiti y la ciudad, no obstante, esta relación emerge en lugares público-privados como los baños, los cuales son lienzos prestos para ser intervenidos. De esta manera causa un homenaje al proceso clandestino de la comunicación proveniente de lo urbano.

ALGUNAS REPRESENTACIONES DEL BAÑO Y LAS ARTES



Figura 5. Fountain, fotografía: Duchamp, M., “Fountain”, 1917.



Figura 6. Detalle baño cervecería Luna Park, fotografía: Chávez, W., 2018.

El silencio, la soledad y la abstracción se reúnen en los lugares comunes. Antes de las actuales tecnicidades, las experiencias en los baños, sin duda, eran distintas. Intentar hacer una conexión amable con el lugar posiblemente era un primer paso; pensar en el momento de secreción se convertía en un acto contemplativo, recordando la escultura de Auguste Rodin, *El Pensador* (1904). En este sentido, hace que la imagen se convirtiera en una analogía popular de la solemnidad, del estar solitario y reflexivo, dentro de un espacio común; espacio que en la cervecería Luna Park (Figura 6), realmente es común pues solamente se encuentra un baño público-privado.

Ahora bien, retomando *El Pensador* de Rodin, de alguna forma esta imagen se ha convertido en un paradigma social popular; algunas personas utilizan el gesto de la escultura para indicar sus necesidades fisiológicas. Sin embargo, la secreción es calificando como otro acto de cualquier entidad viva, no obstante, no tendría la misma interpretación en la actualidad con los humanos. La posición del pensador escultórico, estaría distraída o mediada por un dispositivo móvil, a pesar de esto, el inodoro se convierte en un código de la escultura de Rodin.

Desde hace mucho tiempo el orinal dejó de observarse como una simple pieza utilitaria de los sanitarios; sobre este objeto se reúne una de las transformaciones más importantes en la forma de crear obras de arte, de objetos a espacios comunes. De esta manera, la modernidad trae consigo una relación distinta de su entorno, por más privado o público que sea el ambiente, está mediado por los objetos industriales y seriales.

Por otro lado, de manera retórica, las artes establecen conexiones con la relación de lo común; se puede observar en la obra de Marcel Duchamp *Fountain* (la fuente) de 1917 (Figura 5), con la cual abre un nuevo paradigma en la creación artística (*ready mades*[6]). Duchamp utiliza un orinal como

[6] Como ejemplo de este poder de transfiguración que pueden experimentar los objetos más vulgares cuando se les presenta en auténticas obras de arte, a pesar de seguir siendo objetos absolutamente vulgares, como sucede con la pipa o los urinarios de Duchamp. (Astrolabio, 2011)

apología con la inutilidad del arte, pero hace referencia a un objeto propio del lugar; así, reconfigura su objetividad con el cambio de espacio, saliendo de lo privado a lo público.

Además, la obra tiene un paralelo con la gráfica explorada en este libro. De alguna forma, el grafiti interviene como acto vandálico para el modelo ortodoxo de las artes de la segunda década del siglo XX. El objeto (orinal) está marcado con pintura al lado inferior derecho, con una especie de Tag (firma) en la cual se puede leer el siguiente enunciado "R. Mutt, 1918[7]". Esta grafía nos hace recordar del lugar de donde viene el objeto, un lugar público (bar, restaurante, biblioteca, escuela, etc) donde el sujeto encuentra un espacio privado y puede expresar su pensamiento por medio de un proceso íntimo político. Este nuevo pensamiento artístico, encarnado en un objeto de consumo, abre la posibilidad de nuevas interpretaciones de la imagen y su contexto.

> Objetos matemáticos, objetos naturales, objetos salvajes, objetos encontrados, objetos irracionales, objetos ready-made, objetos interpretados, objetos incorporados, objetos móviles." A finales de los sesenta –con la irrupción del arte conceptual– cambiaron además las relaciones de la crítica respecto de la obra de arte. Uno de los elementos clave en este periodo fue el acercamiento de roles de críticos y artistas, muchos de los cuales empezaron a teorizar y analizar sus propios trabajos, elaborando algunos de los textos esenciales sobre Arte Conceptual. (Vásquez, 2013)

---

7 Junto a su amigo y mecenas Walter Arensberg (1878-1954) y Joseph Stella (1877-1946) artista y también amigo de Duchamp, compran un urinario de porcelana blanca en el 118 de la Quinta Avenida, un almacén de fontanería llamado J. L. Mott. Duchamp lo cargó hasta su taller y lo tituló como Fuente. Una vez que el urinario firmado por R. Mutt fue entregado junto con el sobre que tenía los seis dólares requeridos (uno para hacerse miembro y otros cinco por la inscripción de la obra en la muestra) la sensación de consternación y rechazo se dejó sentir en los co-directores, exceptuando a Duchamp, su autor encubierto, y a Walter Arensberg (1878-1954), quien también conocía la procedencia de la Fuente. Ambos la defendieron apasionadamente, argumentando que el "Sr. Mutt" había cumplido con pagar la cuota de inscripción y que el espíritu de la Sociedad de Artistas Independientes debía apuntar a principios nuevos, que fueran en contra del *establishment* artístico a la voz autoritaria de la Academia. (Duchamp, 2015)

El orinal y el inodoro establecen conexiones directas con el sujeto anónimo. El usuario crea incertidumbres frente de él, no físicas, todo lo contrario, existenciales; así como Duchamp creo una serie de cuestionamientos alrededor de la forma de concebir el arte y sus modelos de reproducción. Sin embargo, el sujeto que se enfrenta a estos objetos, cuántas veces ha de-construido su entorno, su labor, su fe; haciendo de estos objetos una especie de confesionarios metafísicos, que construyen dilemas, que pocas veces son conocidos. No obstante, el primero (Figura 5) obedece a la apariencia masculina y el segundo (Figura 6) se configura como un objeto híbrido. De la misma forma que en la cervecería luna Park, el lugar se transforma, crea una serie de hibridaciones instantáneas, simulado una obra de arte, la cual se completa con la mediación del sujeto que la contempla, en este caso, el que la utiliza.



Figura 7. Mujer en el baño, fotografía: Liechtenstein, R., 1963.

En la obra de Roy Liechtenstein *Mujer en el baño*[8] (1963) (Figura 7) crea un retrato bajo el estilo del cómic que se enmarca en la vanguardia de Pop art. Presenta una imagen publicitaria del espacio, característica de esta vanguardia, apoyada sobre el imaginario de los iconos de la cultura popular. En la imagen se puede apreciar las características de la publicidad, una mujer en la tina espumosa, maquillada[9] (correctamente los ojos y sus labios), evitando la idea de lo íntimo que corresponde ducharse.

En este caso la ducha se convierte en un espacio aún más privado, fraterno como el hogar o específicos como un hotel; difícilmente se encuentra o se realiza esta acción en un espacio público-privado (bares, restaurantes, cines, etc.). Sin embargo, a partir de la relación con los baños y el de Luna Park, funcionan como centros de belleza; objetos como el espejo nos proporcionan instantes de narcisismo, ver lo que los demás ven, pero que sin embargo, nosotros no percibimos, nuestro rostro.

Los baños funcionan como lugares para la belleza porque, por lo general, son espacios íntimos en el cual la belleza y el cuidado se asocian. En el momento de ducharse, el cuerpo generalmente no lleva ningún artefacto, no obstante, en la representación de Liechtenstein utiliza la visión publicitaria propia de la época; el concepto de la mujer modelo, donde todo está bajo de control desde la estética y el orden.

Entonces, la noción de baño se presenta a manera de índice, porque se reconoce en los azulejos y la espuma jabonosa en la mujer pero, en este caso, el espacio no constituye un ejercicio dinámico en la construcción de la imagen. Así, se convierte en un escenario donde lo público domina el ejercicio

---

8 *Mujer en el baño* es inspirada en alguna secuencia sacada de un folletín amoroso. Está pintada con un cromatismo elemental de colores primarios, azul, amarillo y rojo, aplicados con los característicos puntos benday. La visión del rostro y las manos de la mujer en el agua, con los perfiles delimitados por unas gruesas líneas negras sobre un fondo blanco, destacan sobre la estática geometría de la pared de azulejos del fondo. (Museo Thyssen, s.f.)

9 Los cosméticos ocultaban el rostro. (Sennett, 1978, p. 235)

de lo privado; un tipo de temor de la publicidad a los espacios íntimos, una especie de claustrofobia de lo privado, la relación ortodoxa entre lo ético y la moral.

> La negativa a tratar con, absorber y explotar la realidad exterior a la escala parroquial es en un sentido un deseo humano universal, un simple tenor a lo desconocido. El sentimiento de la comunidad formado merced a compartir los impulsos desempeña el rol particular de reforzar el temor a lo desconocido, convirtiendo a la claustrofobia en un principio ético. (Sennett, 1978, p. 382)

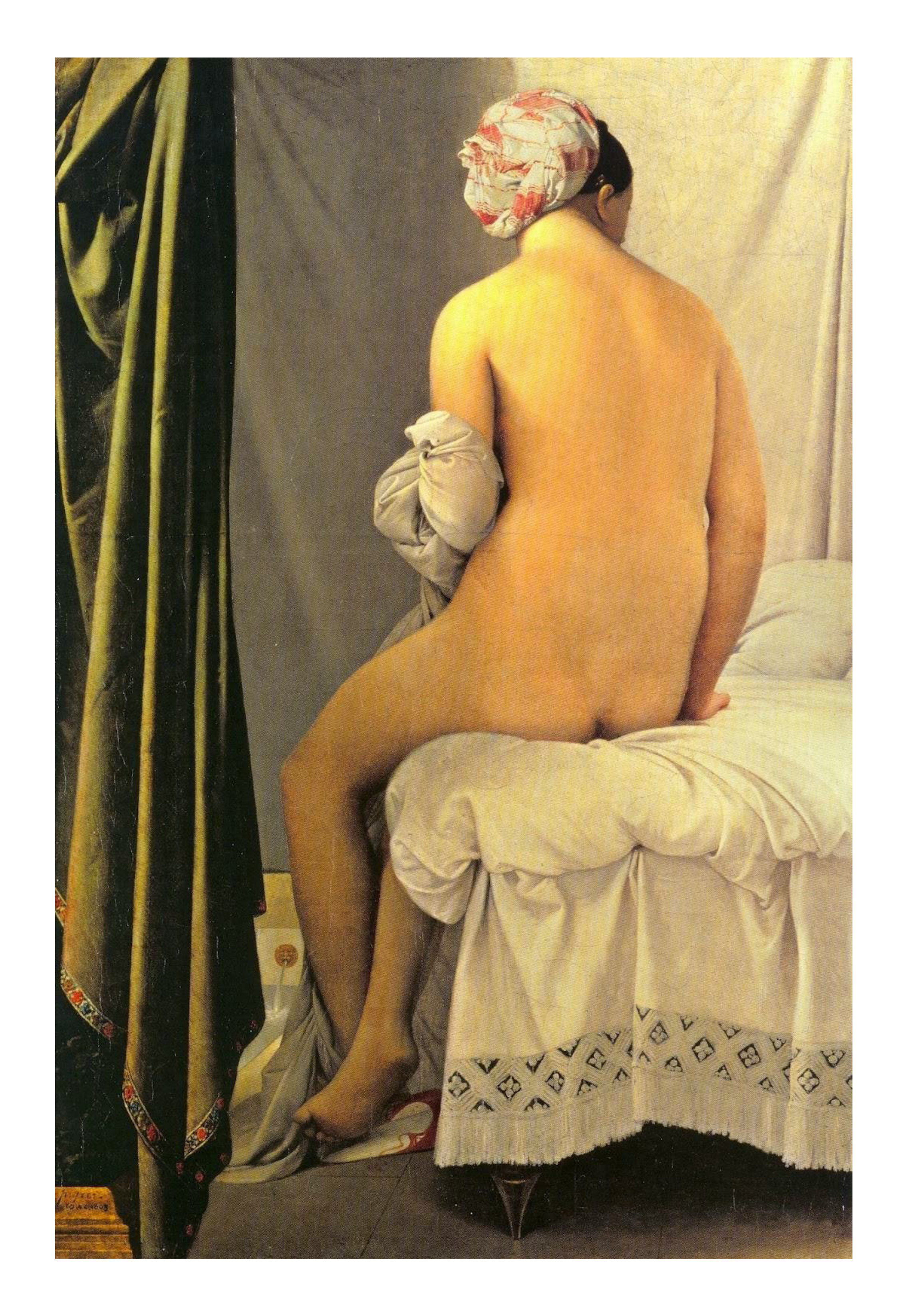


Figura 8. Bañista de Valpinçon, fotografía: Dominique, J., 1808.

Lo íntimo se puede percibir en la pintura neoclásica *Bañista de Valpinçon* de Jean Auguste Dominique Ingres (1808) (Figura 8) en la cual entra en la intimidad del espacio específico del orden de lo privado y en la subjetividad de ser, percibiendo la moralidad de la época. El espacio realmente no es el cuarto de baño, es una habitación que retrata el momento previo o posterior de la ducha; el gorro para proteger el cabello lo indica de alguna manera, pero el cual no se identifica con exactitud el momento.

El cuerpo de la mujer capta la atención en la composición, utiliza aproximadamente tres (3) partes de la tela, genera un detalle de la sutileza y sensualidad del cuerpo de la mujer, objeto característico en las composiciones de Ingres. Además, genera una cierta pérdida de la concepción del espacio el cual puede confundir con el título, indicando que es una bañista, pero en la intimidad de su cuarto. Entonces, se podría pensar que, de alguna forma, los baños se convierten en habitaciones fantasmales de lo íntimo, esto es, lo privado dentro del concepto de lo público, ejemplo de lo anterior es Luna Park.

Por otra parte, la idea de la desnudez está asociada a lo íntimo, por eso el baño (o la habitación) se convierte en un objeto intrínseco de la libertad; aquella expresada en privado, de lo contrario, se convertía en actos pecaminosos (moralmente hablando). En el baño de Luna Park, convergen lo que se puede denominar en la actualidad como géneros; hace que sea un espacio democrático, que establece reglas y límites físicos e ideológicos; además, es apoyado por la imagen alusiva de ser únicamente para la secreción de orina.

Sin embargo, al igual que en los otros espacios designados para estas acciones, la intimidad (entendida como la desnudez del cuerpo) se hace presente; propicia el ritual del cuerpo como una entidad público-privada. No obstante, el cuerpo femenino cultural y físicamente se riñe a prototipos establecidos, hace que su relación con este tipo de lugares sea diferente a la del hombre. La imagen de la mujer ha sido configurada dentro de otros

estereotipos éticos, morales y políticos durante la historia, que aún son reproducidas por algunos sectores de la sociedad. Por lo anterior, la imagen de la mujer, en relación con la representación de lo público, incomoda o se clasifica; el acto de orinar en el espacio público está mal para cualquier género, pero moralmente no se le es permitido a la mujer quien generalmente debe acudir al cuarto de baño, como un acto íntimo.

> Saliendo en público, o "perdiéndose en el público" según la frase acuñada en el lenguaje habitual de hace un siglo, un hombre era capaz de despojarse de esos represivos y autoritarios caracteres de respetabilidad que se suponían estaban encarnados en su persona, como padre y marido, en el ámbito del hogar. Por lo tanto, para los hombres, la inmoralidad de la vida pública estaba unida a una tendencia a concebir la inmoralidad como una región de libertad más que de simple desgracia, como ocurría con las mujeres. (Sennett, 1978, p. 34)



Figura 9. Baño turco, fotografía: Dominique, J., 1862.

Por otra parte, Ingres en su obra *El baño turco* de 1862 (Figura 9) expone de nuevo el sujeto sensual, condición de sueño o el deseo erótico, como producto de sus viajes a oriente, donde la sociedad no centro europea presentaba comportamientos distintos en los espacios y conceptos de lo privado y lo público: "Objetivo indiscreto de voyeur de un harén del pensamiento: es la expresión de sus pulsiones, de sus deseos. Las formas de Ingres son entes que encierran fundamentalmente eso: el deseo de lo que está al otro lado" (Bernárdez, s,f., p. 214). Cuando pensamos en lo privado es una invitación al ver, al sentir las situaciones presentadas dentro de un lugar restringido. Así, la obra del baño turco es una invitación a lo privado, es decir, a ese imaginario sexual entendido como la desnudez del cuerpo femenino como objeto de deseo. Juan Gustavo Coba Borda define el concepto de voyerista como un artífice de imágenes.

> "Un voyerista, que además dibujaba, la asediaba con su ojo implacable. Su talento pasmoso para el dibujo ofrecía, en verdad, los fantasmas incorpóreos de sus propios sueños. Sueños marginales, de suburbio e inquilinato, donde la imagen precaria de esos cuartos anónimos. (Coba, 2009)

La obra del baño turco de Ingres cuenta ese deseo que siempre está rondando en la cabeza de los hombres y las mujeres: el deseo sexual. Es casi inevitable pensar que en el pequeño baño de Luna Park sucedieran eventos eróticos; estos lugares, mediados por la bohemia y la embriaguez de los sentidos, hacen que den rienda suelta a eventos eróticos, que solamente fueron registrados por el ojo espía; el voyeristas que observa pero comunica, ese que a forma de diario mental guarda los recuerdos como victorias del deseo

En el espacio público-privado, la referencia a la desnudez cambia de manera significativa en la cultura bogotana. Para estratos medios y altos era

costumbre frecuentar baños turcos y saunas[10] en lugares como el hotel San Francisco (centro de la ciudad), desde los años 1940. Este ofrecía diversos servicios en atención al cuerpo, como masajes, corte de cabello y restaurante, lo que se denominaría en la actualidad como "Spa". También ofrecían a para sus visitantes cabinas públicas o privadas donde se clasificaban por género (diferencia al concepto de lo común en el baño de Luna Park). Dichos lugares de reposo, donde los olores a hierbas aromáticas y eucalipto generaban sensaciones de descanso y tranquilidad, al igual que muchos otros tienen la influencia del extranjero como método de negocios. Si un evento era suceso en países de avanzada, era conveniente traer aquellas dinámicas.

> Los saunas se originaron en Bogotá por el conocimiento que se tuvo de los saunas en Estados Unidos y que uno ya conocía un sauna para qué era. Al principio era tremendo porque eran prácticamente clandestinos. Entonces la evolución de eso fue a partir de las primeras personas que conocimos los baños turcos fuera del país; ya los otros que salieron después de estos, fueron los de muchachos que vieron que esto era más o menos rentable económicamente, la competencia es hartísima. (García, 2004, p. 54)

Estos lugares, donde el pudor de la desnudez queda relegado a un segundo plano, hacen que las pasiones humanas broten con cierta naturalidad. Al igual que la pintura el baño turco de Ingres, transmiten una sensación de sensualidad, intrínsecamente desde lo privado; como un acto que se oculta tras las paredes, donde se concreta lo sexual en un espacio privado como un cuarto de baño, porque el sauna o el turco son lugares sinónimos a la higiene y la limpieza del cuerpo. Asimismo, la homosexualidad se suma a los conceptos de lo privado y lo sexual porque, dentro de una ciudad ortodoxa y conservadora, era una acción pecaminosa. Entonces los baños

---

[10] El origen del sauna finlandés es rural porque se constituía en el campo como una especie de alivio al esfuerzo físico que requería el trabajo en el bosque y a las bajas temperaturas de invierno. Además, su función se entendía como un espacio destinado a la limpieza y cuidado del cuerpo, como también era concebido en la historia de las diferentes culturas. (García, 2004, p. 47)Los cosméticos ocultaban el rostro. (Sennett, 1978, p. 235)

turcos, además de custodiar la desnudez, funcionaban como lugares de encuentros clandestinos para consumar actos sexuales entre hombres.

> Sitios que se ofrecen explícitamente como lugares de descanso, pero que son utilizados para follar (este es sinónimo de acto o relación sexual. Follar es tener una relación sexual-genital) (…) en el baño sauna y turco, se inicia el movimiento de personas que entran y salen, se sientan y se paran cuerpos deseantes en búsqueda de un objetivo. (Salazar, 1995, pp. 60-61)

Por otra parte, el icono más reconocido en la historia de la pintura *La Mona lisa* (1503), de Leonardo Da Vinci, tuvo una relación particular en el baño del rey Francisco I de Francia (1494-1547). Después del fallecimiento del artista, el rey compra la obra para decorar su baño; sufre serios daños por los cambios de temperatura, haciendo que el soporte, la madera se expanda y se constriña, acelerando el proceso de grietado particular de las pinturas sobre este material.

Las interpretaciones artísticas obedecen a un mirar distinto, curioso de lo común; el arte ha registrado el pensamiento hegemónico de la época habita y, a su vez, funcionaba como decoración y estatus, siendo el baño un lugar de suntuosidad. Es importante aclarar que la connotación del baño y la higiene era distinta en el Renacimiento a la que tenemos en la actualidad; son lugares extraños, asociados a la inmoralidad y lo pecaminoso por ser un acto asociado literalmente con el proceso intestinal.

> La aversión por la higiene personal llega a su clímax por efecto de la Reforma y la Contrarreforma religiosas, hasta el punto de que la población lleva a cabo sus necesidades corporales en cualquier momento y lugar. El rechazo hacia el agua tiene el apoyo del sector religioso: en el repudio de las tentaciones de la carne se ve el baño como un lujo pecaminoso que es necesario evitar para ganar la santidad. Como consecuencia, la población tiende a no exponer su piel al jabón y al agua en toda su vida. Las personas se bañan al ser bautizadas por inmersión, y muy pocas veces más a lo largo de su vida. (…) Durante varios siglos abundan las enfermedades y las epidemias. (Roca, s.f.)

En Luna Park encontramos una imagen, de cierta forma, educativa; indica el uso adecuado o restringido del váter, distanciándose bastante de la idea de decoración de cumplía La Mona lisa pues esta servía como proceso de ostentación y la imagen satírica de Luna Park, como icono de su uso.

El baño en Luna Park se encuentra en un espacio casi vetado al observador. Está detrás de la parte administrativa del lugar; brinda un sentido íntimo al lugar, seguramente, dando algo de confianza por el espacio que habita en su arquitectura. El sentido de la desnudez y los actos inherentes del cuerpo causan incomodidad en el ser humano. Por ello, dichos actos se asocian desde la antigüedad a un sentimiento personal, individual, puede ser por causas tan diversas como la pena o la fragilidad, tan normales en cada ser vivo, sin embargo, en el hombre se asocia a la confianza.

> Los romanos buscaban en privado otro principio para oponerlo a lo público, un principio basado en la trascendencia religiosa del mundo. En privado no buscamos un principio sino una reflexión, aquella que se refiere a la naturaleza de nuestras psiques, a lo que es auténtico en nuestros sentimientos. Hemos tratado de transformar en un fin en sí mismo el hecho de estar en la intimidad, solos con nosotros mismos o con la familia y los amigos íntimos" (Sennett, 2011, p. 16).

El pasillo, lleno de miles de objetos de consumo que conduce al baño de Luna Park, funciona como una especie de camino místico moderno; caminos por los objetos de consumo, a manera de liberación, cuando nos conducimos al baño; nos liberamos física y emocionalmente, así como buscamos instantes de soledad. El ritual diario de lo cotidiano hace que el espacio privado sea cada vez más limitado; somos seres sociales que en la narrativa de los animales andamos en manadas como una generalidad; trabajamos con otros, estudiamos en compañía, tratamos de comer en reunión, nos divertimos (en plural), reafirmando el sujeto político[11].

[11] Se interesa por trascender del ámbito individual al colectivo; del ámbito privado al público. Hay preeminencia de lo público sobre lo íntimo, de lo colectivo sobre lo individual. Asume

Por lo anterior, encontrar un espacio privado dentro de escenarios públicos se convierte en una singularidad, realmente, todos los espacios, físicos o mentales son mixtos, por lo menos en nuestra cultura. Existen momentos en que el sujeto precisa de privacidad dentro de una mecánica social colectiva; una vez se reconoce como una acción esencial se reduce a espacios realmente individuales, donde el encuentro como el sujeto se hace ineludible. Marc Auge propone lo siguiente: "La pérdida del sujeto en la muchedumbre o, a la inversa, el poder absoluto, reivindicado por la conciencia individual". (Auge, 1992, p. 51)

Ahora, si reunimos el carácter de lo público, de lo privado, del ocio y lo ritual, podemos hallar que los baños de algunos lugares se convierten en ese refugio para las doctrinas propias del cuerpo. Sin embargo, a su vez son espacio de rituales de la memoria; funcionan como elementos simbólicos de comunicación desde el anonimato, que dejan en evidencia el pensamiento que transita durante ese momento de asilo entre lo público y lo privado.

En ocasiones, las artes visuales han puesto su interés en estos espacios de lo común, como ejercicio exploratorio subjetivo que convierten la idea de lo íntimo. Este tipo de procesos que se desenvuelven en los espacios público-privados hablan del sujeto, este que puede ser cualquiera de nosotros, porque partimos de códigos comunes, que en muchas ocasiones asumimos como íntimo, como privado, sin percatarnos que son actos inherentes, deseos o fetiches que todos en algún momento de nuestra existencia hemos tenido el deseo de divulgar. Los lugares como tabernas o cafés, son los custodios de las experiencias íntimas del sujeto moderno, porque en ellos converge lo cultural del ser político.

---

una actitud reflexiva sobre su condición de ser político. Se asume como constructor de su propia realidad. Reconoce la responsabilidad que tiene frente a la necesidad de transformar la realidad. Esa transformación la logra mediante la acción organizada y reflexionada. (Arias, 2007)

Referencias bibliográficas

Arias, G. & Villota, F. (2007). De la política del sujeto al sujeto político. *Ánfora 14*(23), pp. 39-52.

Augé, M. (1992). *Los «no lugares» espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa editorial.

Bernárdez, S. (s.f.). *El esencialismo lineal de Ingres, como búsqueda de la idea de belleza*. Madrid: Universidad Complutense. Recuperado de: file:///E:/pc%20documentos%20to/investigacion%20san%20mateo/CORRECION%20LIBRO%20TRES%20LUGARES/referencias/ba%C3%B1o/ba%C3%B1o%20truco.PDF

Can Fusté. (s.f.). Cuarto de baño. *Usuaris*. Recuperado de: http://usuaris.tinet.cat/vne/C_bano_01.htm

Candau, J. (2006). *Antropología de la memoria Buenos Aires*. Buenos Aires: Ediciones Nueva visión.

Chartier, R. (1994). *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*. Madrid: Alianza universidad.

Cobo, J. (2009). Óscar Muñoz. *Poliantea 9*, pp. 71-74.

Danto, A. (2002). *La transfiguración del lugar común Una filosofía del arte*. Buenos Aires: Paidós.

Dominique, J. (1808). Bañista de Valpinçon. *La Revista*. Recuperado de: http://www.larevista.ec/cultura/arte/ir-al-louvre-y-salir-con-una-obra-maestra

Dominique, J. (1862). Baño turco. *Arte Historia*. Recuperado de: https://www.artehistoria.com/es/obra/ba%C3%B1o-turco

Duchamp, M. (2015). *Recursos pedagógicos*. Museo de Arte Contemporáneo, Facultad de artes, Universidad de Chile. Recuperado de: http://www.mac.uchile.cl/content/documento/2015/septiembre/ficha_digital_fuente.pdf

Duchamp, M. (1917). Fountain. *Tate*. Recuperado de: https://www.tate.org.uk/art/art-terms/a/anti-art)

García, D. (2004). *Cruzando los umbrales del secreto: acercamiento a una sociología de la sexualidad*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Gatti, G. (2010). El tiempo inmóvil: la representación del espacio en la cuentística de Hugo Burel y la silenciosa soledad en la pintura de Edward Hopper. *Revista de Investigación y Crítica Estética. Cartaphilus 7*(8), pp. 138-147.

Handke, P. (2015). *Ensayo sobre un lugar silencioso*. Bogotá: Alianza Literaria.

Hopper, E. (1927). Automat. *Santhatela*. Recuperado de: https://santhatela.com.br/edward-hopper/hopper-automat/

Museo Thyssen. (s.f.). Roy Lichtenstein. *Museo Thyssen*. Recuperado de: https://www.museothyssen.org/coleccion/artista s/lichtenstein-roy/mujer-bano

Liechtenstein, R. (1963). Mujer en el baño. *Museo Thyssen*. Recuperado de: https://www.museothyssen.org/coleccion/artistas/lichtenstein-roy/mujer-bano

López, A. (1967). Lavabo y espejo. *Historia Arte*. Recuperado de: https://historia-arte.com/obras/lavabo-y-espejo

Ortiz de Landázuri, C.(2011). Andy Warhol, o el poder transfigurador del lugar común, según Arthur Danto. *Astrolabio. Revista internacional de filosofía, 12*. pp. 137-141.

Roca. (s.f). El baño Una retrospectiva histórica. *Roca*. Recuperado de: http://www.roca.com.es/showroom/pdf/esp_museu_roca.pdf

Salazar, N. (1995). Nictálopes al encuentro de un Otro que es un Yo. Sociografía de los lugares para hombres gay en Cali (Trabajo de grado). Universidad del Valle.

Sandoval, R. (2017). El espejo como imagen en el marco de la fenomenología husserliana. En III Coloquio de Investigación "La imagen: mecanismos y miradas", en el Museo de Artes Visuales de Santiago de Chile. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/313036596_El_espejo_como_imagen_en_el_marco_de_la_fenomenologia_husserliana

Sennett, R. (1978). *El declive del hombre público*. Barcelona: Ediciones península.

Schamun, M. (s.f.). La evolución en la percepción del personaje del Don Quijote en el libro El Ingenioso Hidalgo Don Quijote de la Mancha de Miguel de Cervantes Saavedra. *Hispanista*, (17). Recuperado de: http://www.hispanista.com.br/revista/artigo149.htm

Vásquez, A. (2013). Adolfo. Arte conceptual y posconceptual. La idea como arte: Duchamp, Beuys, Cage y fluxus. madas. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, 37*(1).

Žižek, S. (2006). *Lacrimae Rerum*. Madrid: Debate.

ACERCA DE LOS AUTORES

Omar Alonso García Martínez.

Maestro en Artes Plásticas y Visuales y Magíster en Comunicación y Educación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Doctorando en Artes Visuales de la Universidad Federal de Río de Janeiro. Se ha desempeñado como Docente Investigador de la Fundación Universitaria San Mateo. Líder del Grupo de Investigación Designio.

Yubar Deibi Portilla Benítez.

Diseñador Gráfico de la Universidad del Cauca. Especialista en Didáctica de la docencia virtual en la Fundación Universitaria del Área Andina con estudios de Maestría en Diseño de Experiencia de Usuario-Diseño Gráfico Digital en la Universidad Internacional de La Rioja. Se desempeña como Coordinador de Investigación en la Fundación Universitaria San Mateo.

Carlos Eduardo Daza Orozco.

Licenciado en Pedagogía Infantil de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Magíster en Comunicación y Cultura de la Universidad de Buenos Aires. Becario Roberto Carri del Ministerio de Educación de la República de Argentina y el Consejo de Decanos de Facultades de Ciencias Sociales y Humanas de las Universidad Nacionales. Es miembro de la Red Iberoamericana de Investigación en Imaginarios y Representaciones (RIIR), y de la Cátedra UNESCO Desarrollo del Niño.


POLO CLUB
QUEBRADA DE LA VIEJA
ESTADIO DE LA SALLE
QUINTA CAMACHO
QUINTA DE MUTIS
LAS QUINTAS
LICEO DE LA SALLE
QUEBRADA DE LAS DELICIAS
POLIGONO DE TIRO
CONSTRUCTORA
RIO DEL ARZOBISPO
FERROCARRIL DE CUNDINAMARCA
CAMINO DE SUBA
LA MERCED
Fundación Universitaria
SAN MATEO
VIGILADA MINEDUCACIÓN